

CONEXÃO

# WAREJO

## O impacto da mobilidade urbana no varejo

Como projetos que melhoram a segurança, o design e a acessibilidade podem elevar as vendas

# VESTE RIO

A MODA AQUI É FAZER NEGÓCIO



TRÊS DIAS DE MUITAS COMPRAS,  
EXPERIÊNCIAS E NOVIDADES.

**26 a 28**  
abril de 2017

**Veja o que preparamos para você:**

- Visitação a feira Veste Rio Verão 2018;
- Compras no outlet da feira com desconto das principais marcas de moda nacional;
- Um dia de compras a pronta entrega na Rua Santa Clara, em Copacabana;
- Desfiles na feira;
- Palestras com especialistas sobre moda e tendências.

**Pacote contempla:**

Hospedagem em quarto duplo | Transfer |  
Passagens Aéreas | Credenciamento | Seguro

**1º LOTE ATÉ 10/03 | VAGAS LIMITADAS**

**ASSOCIADO** R\$ 1.260,00 (EM 10X DE 126,00)

**NÃO ASSOCIADO** R\$ 1.799,00 (À VISTA)

Faça já sua inscrição pelo e-mail [missoes@sindilojaspoa.com.br](mailto:missoes@sindilojaspoa.com.br)

MISSÕES  
EMPRESARIAIS



\* Missão válida para o mínimo de 10 inscrições. Segmento de moda feminina, masculina, festa, praia e fitness. Sujeito a análise de crédito. Limitado a 2 pessoas por CNPJ em quarto duplo. O Sindilojas Porto Alegre disponibiliza condições especiais aos associados por intermédio de parceiros e não se responsabiliza pelos serviços oferecidos na Missão Empresarial. Consulte valores promocionais e condições especiais através do telefone (51) 3025.8300.



5

**Manifesto**  
Paulo Kruse

10

**Bate-papo**  
Thiago Pereira

> 16

**Especial**  
Mobilidade  
e varejo

27

**Artigo**  
Rodrigo Plentz

6

**Case do Varejo**  
Tendências de  
marketing

12

**Inspiração**  
Cases de Nova  
Iorque

22

**FBV**  
Palestrantes  
confirmados

28

**Raio X**  
Certificado digital



## EMITIR O CERTIFICADO DIGITAL É MAIS FÁCIL DO QUE VOCÊ IMAGINA.

Ter o Certificado Digital é indispensável para as empresas do Simples Nacional com mais de três funcionários. A Certificação comprova a identidade da empresa na Internet e possibilita que todos os documentos assinados digitalmente tenham a mesma validade que os assinados em papel, garantindo mais segurança e agilidade para os lojistas.

Em parceria com a Safeweb, você pode emitir o Certificado na sede do Sindilojas Porto Alegre de forma simples e rápida, com o atendimento exclusivo da nossa equipe. É mais uma facilidade que só o nosso associado tem.

Contrate agora mesmo pelo telefone 3025.8300 ou mande um e-mail para [comercial@sindilojaspoa.com.br](mailto:comercial@sindilojaspoa.com.br)

Ainda não é associado? Associe-se.  
Essas e muitas outras vantagens esperam por você.

**safeweb**

Sindilojas  
Porto Alegre

80  
ANOS

## > “Esteja preparado para o reaquecimento do comércio.”

Chegamos ao mês em que as pessoas voltam de férias, retomam a rotina, abastecem suas casas e começam a organizar o ano. Mesmo que nem todos usufruam de longas temporadas no litoral, é fácil perceber como as cidades ficam mais vazias e, por consequência, as lojas também. Por isso, esse é um momento de extrema importância para nós, pois devemos estar atentos às oportunidades de atrair e fidelizar os clientes que estão de volta.

Sabemos que o ano de 2016 e também os meses de janeiro e fevereiro foram difíceis para o comércio. Mas, por outro lado, o mês de março promete

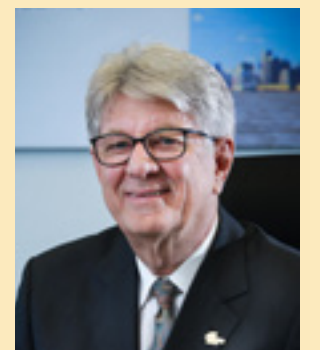
um forte aquecimento. E, para isso, os lojistas precisam estar prontos para receber os consumidores, primando pelo bom atendimento, com estoques abastecidos e organizando ações promocionais.

A qualificação profissional contribui muito nesse momento, deixando os colaboradores mais bem preparados para realizar um atendimento especializado e personalizado. Por isso, aproveite a programação dos cursos gratuitos oferecidos pelo Sindilojas Porto Alegre e capacite a sua equipe.

Boas vendas!

**Paulo Kruse**

Presidente do Sindilojas  
Porto Alegre



# Para além da compra

Proporcionar experiências e se relacionar de maneira simples e transparente com o público são algumas das tendências de marketing para atrair e fidelizar os clientes

A mudança de comportamento do consumidor tem transformado o modo de pensar de muitos lojistas, que investem em soluções criativas e priorizam o relacionamento para além da compra. O coordenador do MBA de mercado da ESPM-Sul, Artur Vasconcellos, diz que para o comércio se diferenciar deve oferecer serviço agregado, com ações lúdicas no PDV, entretenimento e emoção. “A ideia é potencializar o que a loja faz de melhor, o que está na sua essência. Dessa forma, as pessoas se sentem mais próximas da marca e aumentam as chances de voltarem mais vezes”, complementa Genaro Galli, professor do MBA de marketing e branding da ESPM-Sul.

## Abrace a rua

O aumento dos eventos de rua na cidade – e o crescente interesse da população – mostra que essa é uma das fortes tendências, que também pode ser aproveitada pelas lojas. A Girardi Running Store, rede especializada em corrida, é um exemplo disso. Com duas filiais em Caxias do Sul e uma em Porto Alegre, a Girardi estende as fronteiras do estabelecimento para a vizinhança, promovendo treinos coletivos, que atraem centenas de pessoas. “Criamos situações para o cliente entender que ir

até o PDV oferece benefícios para ele. Seja com uma experiência diferente, uma informação mais completa do produto ou atendimento qualificado. O importante é que as pessoas se sintam acolhidas em nossas lojas e nos eventos que fazemos”, garante a sócia Daiane Potrich.

## Humanizando as relações

De acordo com Galli e Vasconcellos, vivemos em uma nova era de relacionamentos no comércio, na qual as relações de consumidores para consumidores (C2C) têm um enorme peso. E a partir do momento em que os clientes multiplicam suas experiências com outros, é fundamental enxergar a pessoa por trás do consumidor. Um bom exemplo de ver o cliente como indivíduo foi o que fez a HP, com o projeto Magic Words. A empresa decidiu ouvir pessoas que não sabiam escrever e temiam que suas memórias fossem perdidas com o tempo, e fez um livro com os relatos por meio de um programa que imprimia as histórias contadas oralmente. Com isso, a HP humanizou a relação com o seu público-alvo, mostrando que também é possível emocionar na hora de anunciar um produto. A ferramenta ainda está acessível para todos: basta entrar no site ou baixar o aplicativo Magic Words para Android e iOS.

## Transparência e engajamento

A valorização de um comércio justo, que promova um relacionamento transparente com seus consumidores, é tendência especialmente entre as novas gerações, conforme afirmam os especialistas. Por isso, defender uma causa e deixar claro o propósito do negócio é uma forma de responder a esse anseio do público e gerar identificação por meio da sua cultura. A Insecta Shoes, criada em Porto Alegre, atua dessa forma com a missão de conscientizar sobre sustentabilidade. Os sapatos da marca são criados a partir de roupas usadas e garrafas de plástico recicladas, tudo sem o uso de matéria-prima animal. Com o visível crescimento de adeptos do veganismo e do consumo consciente, a marca atrai cada vez mais seguidores que se identificam com a causa.

## Quer saber mais?

Acompanhe toda quinta-feira as principais megatendências para o varejo no site [sindilojaspoa.com.br](http://sindilojaspoa.com.br) e também pelo [facebook.com/sindilojaspoa](https://facebook.com/sindilojaspoa). Confira!

Girardi Running reúne clientes e simpatizantes de corrida nos eventos



Insecta Shoes produz sapatos a partir de roupas usadas



Projeto Magic Words, da HP, ajudou a eternizar memórias

> **“É fundamental pensar na experiência que o cliente terá na sua loja. Se for positiva, com certeza ele multiplicará com outros possíveis consumidores.”**

Artur Vasconcellos, coordenador dos programas de MBA de mercado da ESPM-Sul

## Opções de fidelidade atraem

88% dos consumidores brasileiros compartilhariam seus dados em troca de ofertas exclusivas e 77% fariam isso para obter pontos em programas de fidelidade. Os dados são de uma recente pesquisa divulgada pela Dunhumby, agência especializada em ciência do consumidor, e mostram que esse volume

cresceu, já que em estudo semelhante feito pela Coleman Parkes, em 2013, os índices ficaram em 39% e 38%, respectivamente. Apesar das diferenças comuns de comportamento, os resultados pouco se alteraram em função da geração dos entrevistados, mantendo-se praticamente iguais

independentemente da idade. Com isso, o recado é claro às empresas: a criação de ofertas personalizadas e programas de fidelidade não devem ter restrições exclusivamente pelas faixas etárias. Confira mais resultados do estudo e reflita sobre como adotar essa estratégia no seu negócio:



### dados

Nem só recompensas financeiras interessam, 69% cederiam seus dados para receber novidades de produtos e serviços, e 65% por sugestões alinhadas ao seu gosto pessoal.



### fidelidade

41% dos adeptos à fidelidade do varejo no Brasil comprariam em outro local caso o programa da rede onde consomem fosse encerrado. No Reino Unido, são só 21%.



### imersão

Somente 30% dos lares brasileiros fazem parte de programas de fidelidade. No Reino Unido e Estados Unidos, a penetração chega a 90% dos lares.



### cadastros

Mesmo com a crise, o volume de programas de fidelidade cresceu 15% em um ano, segundo a Associação Brasileira das Empresas do Mercado de Fidelização. Em 2015, aumentou em 22% o número de cadastrados.



## Giro Porto Alegre

### 58ª Semana de Porto Alegre

Em comemoração ao 245º aniversário de Porto Alegre, a prefeitura vai promover a 58ª Semana de Porto Alegre, que ocorre de 19 a 27 de março e vai concentrar diversas atrações culturais em pontos diferentes da cidade. Os desfiles de Carnaval, por exemplo, entre os dias 23 e 25 de março, no Porto Seco, fazem parte da programação.

## Diz Aí

Como reagir ao:  
"Vou andar mais um pouco e volto depois para comprar."



Muitas vezes essa frase vem de alguma insatisfação com o preço. Por isso, o vendedor pode apostar sempre em destacar antes dois ou três benefícios que aquele produto tem para oferecer, para só depois falar do preço. Quanto menos distância entre preço e valor o cliente perceber, mais garantida será a venda. Por fim, nunca se deve demonstrar desespero em vender rápido, pois não é porque aquele cliente não comprou hoje que não voltará amanhã.

Colaborou Ricardo Lemos, consultor de marketing e vendas e mestre em Administração e Negócios

## Para vender no Dia da Mulher

No mês de março, a data comemorativa que movimenta as vendas é o Dia Internacional da Mulher, celebrado no dia 8. Para vender bem e ainda conquistar as presenteadas é importante treinar a equipe e não ficar restrito aos produtos já tradicionais para a data, como chocolates ou flores. Junto deles, sempre é possível sugerir outros itens, que tenham a ver com a sua loja e o perfil da mulher presentada. Para esse momento, instrua os vendedores a perguntar sobre quem vai receber o produto, para sugerir itens alinhados a cada estilo.



## Sessentões lideram uso do crediário

Uma pesquisa da MultiCrédito revelou que os consumidores com mais de 60 anos foram os que lideraram o uso do crediário no Brasil no final de 2016, representando 52% dos que optaram pelo meio de pagamento. Depois deles, vieram os consumidores da geração Y (de 21 a 30 anos), com 40% da fatia desse mercado, e, por último, os jovens de até 20 anos, configurando 9% desse público. Os mais experientes também estão em primeiro lugar no volume de pagamentos parcelados em dia, honrando mais de 90% dos gastos contraídos no período analisado.

## Reajuste e imposto sobre materiais escolares

Os itens escolares tiveram aumento de 12,23%, em média, em 2017, e mais de 80% dos lojistas do segmento disseram que os produtos sofreram alguma elevação no preço. Os dados são de uma pesquisa realizada pelo Sindilojas Porto Alegre com lojistas da Capital. Os materiais com maior reajuste foram os da linha de papel – 24% dos entrevistados citaram os cadernos como os itens que ficaram mais caros. A carga tributária está presente em todas as mercadorias e, em alguns objetos, equivale a quase metade do preço do produto. Além disso, segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT), o imposto chega a quase **48% nas canetas, 45% nas réguas e 43% nas agendas escolares, apontadores e borrachas**. Já os **cadernos têm tributação perto de 35%**.



# Referência online

O gerente da divisão e-commerce da Marisa, Thiago Pereira, é um dos primeiros nomes confirmados para a quinta edição da FBV. A marca foi a pioneira de moda no Brasil a lançar uma loja virtual, em 1999, e hoje é referência. O canal responde pelo maior volume de vendas da rede, com mix de 14 mil produtos. Há mais de 8 anos à frente do negócio, Thiago conta um pouco dessa história.

## > Como foram o início do e-commerce e a receptividade do público?

No início, o que motivava a visita de uma consumidora ao site era o conhecimento prévio que ela tinha da Marisa. Uma marca que está presente há quase 70 anos na vida das mulheres foi o grande trunfo que nos permitiu apresentar a loja às clientes virtuais e consolidar a atuação no meio online.

## > Quais os principais diferenciais da loja virtual da Marisa?

Atuando por mais de 17 anos no setor de e-commerce, foi possível desenvolver diversas ferramentas, como o "Sua Medida", um sistema exclusivo e patenteado em que a cliente mede seu corpo, insere os dados e recebe sugestões sobre o tamanho de peças mais indicadas, além de sinalizar as que possuem o tamanho sugerido em estoque; o "Compra Rápida", no qual a pessoa seleciona tamanho, cor e quantidade e pode ir direto para o check out, sem a necessidade de entrar nos detalhes de produto, fazendo tudo isso na própria vitrine; e o "Chá de Lingerie", área para cadastrar listas de compras com itens que gostaria de ganhar, facilitando a compra pelas amigas.

## > O que muda entre clientes que compram na loja física e as que compram na virtual?

O perfil de quem usa a loja virtual é bem diverso. Observamos que a maior parte das compras é feita pelas próprias clientes que vão às lojas físicas, principalmente mulheres entre 20 e 40 anos. No entanto, é possível diferenciar as consumidoras no que diz respeito à segurança e comodidade. A que frequenta a loja física tem a necessidade de sair com o produto na mão. Há uma certa urgência e muitas vezes insegurança com o pagamento digital. Já a cliente virtual preza pela comodidade, não tem tempo de ir à loja, mas deseja comprar o produto.

## > Como é a organização do e-commerce da loja e quantas pessoas há na equipe?

No e-commerce existe uma estrutura com quase 200 pessoas dedicadas a essa operação e no suporte (tecnologia, RH, finanças, jurídico). Atendimento, logística e outras áreas são exclusivas no e-commerce.



> **“A Marisa foi a primeira varejista brasileira de moda a lançar sua loja virtual, e por isso teve que entender como o mercado funcionava a partir de sua própria experiência.”**

## > Como ocorre a integração dos dois tipos de loja?

O mecanismo de oferecer a troca de um produto comprado virtualmente em uma loja física não é uma tarefa simples no Brasil. Tanto que poucas lojas oferecem essa opção. Na Marisa, esse foi sempre um fator crítico de sucesso, uma vez que a chance de não servir a peça no corpo da cliente era relativamente maior do que em outras categorias. Fomos uma das primeiras a oferecer esse tipo de serviço, e, hoje, temos uma loja virtual para comprar e quase 400 físicas para trocar, além de fazer pelo próprio site.

## > Para você, quais os pontos de atenção para o e-commerce de vestuário?

O primeiro é a troca, pois é uma operação muito onerosa. Como no Brasil não há uma padronização de tamanhos, trabalhamos ao máximo para oferecer detalhes dos itens e isso resulta em menos trocas. Outro ponto é produzir uma boa foto, que é essencial para despertar o desejo de compra e valorizar o objeto. O site precisa estar preparado para que a cliente tenha noção do que está comprando, seja pela foto ou pelas dimensões e descrição do item.

### Agende-se!

Thiago Pereira é um dos palestrantes do Congresso Brasileiro do Varejo, que acontece junto à FBV, de 12 a 14 de julho, no Centro de Eventos do BarraShoppingSul. Confira a entrevista completa no site da Feira: [feirabrasileiradovarejo.com.br](http://feirabrasileiradovarejo.com.br).

# Relacione-se!

Uma comitiva enviada a Nova Iorque (EUA) para a NRF 2017 participou de uma visita técnica em importantes lojas que apostam no foco total no cliente para uma experiência marcante. Conheça algumas e inspire-se!



Loja da Nike oferece estações para os clientes testarem os produtos

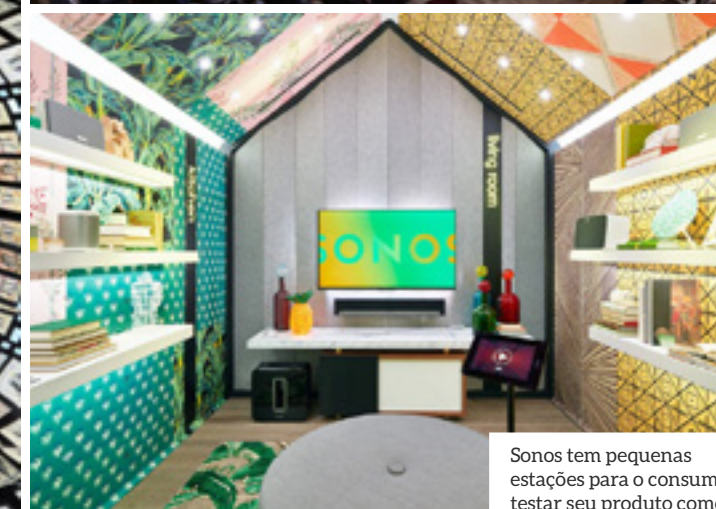
Uma das tendências apontadas para o varejo em 2017 são as marcas com propósitos. Isso porque os consumidores têm buscado dar sentido ao seu consumo e passam a comprar de empresas que mostrem um estilo semelhante ao seu ou de causas que mereçam apoio.

Nova Iorque, referência em inovação no varejo, é terreno fértil de comércios atentos que têm buscado construir relacionamentos com base nisso: vender o seu conceito por meio de experiências que colocam sempre em primeiro lugar a percepção dos clientes. Além de criar empatia, essa postura colabora para formar fãs que passam a respeitar e divulgar a marca espontaneamente.

Rosi Luz, diretora das Lojas Linna, esteve em Nova Iorque e voltou cheia de ideias para implementar na loja, como promover um envolvimento maior dos funcionários nas ações e eventos, trabalhando para que eles reforcem o propósito da empresa junto ao cliente. "Outra boa dica é que as lojas se tornem centros de serviços com a indicação de profissionais de segmentos que complementem a sua venda, como a recomendação de pedreiros, eletricitistas ou arquitetos pelas ferragens. Isso cria uma relação de confiança e faz com que o cliente lembre da loja sempre que precisar", comenta Rosi.



Apesar de não vender produtos, a loja da Samsung trabalha o conceito da marca



Sonos tem pequenas estações para o consumidor testar seu produto como se estivesse em casa

## Conheça algumas das lojas visitadas e veja como elas se destacam:

### Lululemon

Vende itens para yoga e corrida e realiza vivências na loja, como aulas de meditação e yoga. Cada PDV ainda possui embaixadores, que podem ser clientes, famosos ou vizinhos que tenham envolvimento com a marca para atuar na divulgação.

### Sonos

Além de vender equipamento de som para residências, a loja se destaca pela experimentação, já que conta com sete cabines que replicam o ambiente doméstico para que o cliente teste os produtos.

### Samsung

Descrita como um misto de ponto cultural e playground digital, possui uma loja-conceito que não vende, mas expõe novas tecnologias e tira dúvidas dos clientes. Com uma cabine de fotos 360° e dispositivos de realidade virtual, a empresa busca aguçá-la a percepção do usuário.

### Rebecca Minkoff

Especialista na exposição dos produtos, a loja possui um enorme painel interativo onde o cliente navega pela coleção, seleciona o que quer provar e é avisado quando os itens chegam ao provador. Um espelho inteligente ainda permite solicitar novas peças ou o auxílio de um vendedor.

### Nike

A loja-conceito possui equipamentos que simulam cenários de corrida com telões para o cliente testar os tênis. O local ainda oferece a possibilidade de customização e é ponto de encontro para grupos de corridas, pois oferece o auxílio de um profissional da marca para alongamentos.

VAREJO  
EXPERIENCE



Varejo Experience é o novo nome das visitas técnicas do Sindilojas Porto Alegre, que terá a segunda edição temática no dia 4 de maio com o tema Gestão de Vendas e consultoria de Gildo Sibemberg. As inscrições já estão abertas. Mais informações no site da Entidade, pelo e-mail relacionamento@sindilojaspoa.com.br ou pelo telefone (51) 3025-8300.

# Negociando com shoppings

Esclarecer e orientar sobre as melhores formas de negociações entre comerciantes e shoppings foi o objetivo do encontro

A relação entre lojistas e shopping centers sempre foi delicada, mas hoje, devido ao cenário econômico e ao baixo poder de compra do consumidor, está muito mais em evidência. Foi assim que o consultor de negócios Leonel Taffarel iniciou o segundo Café com Lojistas de janeiro, que também contou com o especialista em contratos empresariais Roberto Xavier Lopes. Entre os assuntos debatidos estavam a revisão das cláusulas contratuais, a abertura dos custos e despesas condominiais, custos de ocupação, multa rescisória, fundo de promoção e 13º aluguel. Os palestrantes reforçaram a ideia de união entre os lojistas para buscar uma melhor negociação, e Lopes comentou que esse é um momento de diálogo e reflexão, de reduzir as tensões e procurar construir uma solução conjunta coordenada por organizações representativas, como o Sindilojas Porto Alegre. “Canais como o Fórum Permanente de Relacionamento com os Shoppings servem para informar, orientar e receber as demandas das lojas”, ressaltou Paulo Kruse, presidente do Sindilojas Porto Alegre.

### Poder de negociação

De acordo com Taffarel, é na hora da adesão ao contrato que o comerciante pode negociar com os shoppings, combinar se pagará o 13º aluguel de maneira diluída ou de uma só vez, por exemplo. Os palestrantes frisaram ainda que, diante do atual cenário, é urgente e necessária a revisão contratual, especialmente das cláusulas que favorecem os shoppings e oneram o comércio.



Roberto Lopes e Leonel Taffarel

“O momento é de diálogo e união para que as demandas sejam atendidas.”

Roberto Lopes

“É importante contar com entidades que podem intermediar as negociações.”

Leonel Taffarel

### > Quem passou por lá:



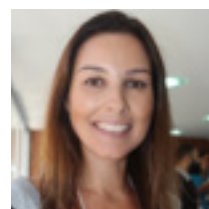
**Caroline Torres**  
Hering Store



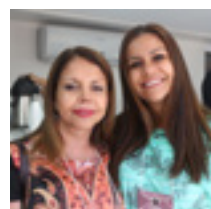
**Christian Koehler**  
DVIE Joalheria



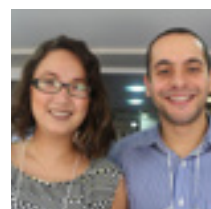
**Flavio Yurgel**  
Empório Granello



**Juliana Ferraz**  
Lexplan



**Maria Regina e Melissa Silva**  
Lulla Trulla Baby Kids



**Priscila B. e Henrique G.**  
B e G



> Veja mais fotos no Facebook do Sindilojas Porto Alegre

### Nova loja

Um planejamento adequado permite expandir mesmo nos períodos mais desafiadores. É o que a Mundo Marinho, que já tinha cinco pontos de venda, fez. A rede inaugurou a sexta unidade no Bourbon Country em dezembro e divulgou no Facebook.



### Conecte-se

Já conhece a comunidade Conexões RS no Facebook? O grupo, hoje com mais de 50 mil membros, foi criado pela jornalista e publicitária Mauren Motta para conectar pessoas e negócios. Lá, é possível divulgar serviços (sem postar valores) e buscar profissionais. As postagens são acompanhadas e coordenadas diariamente pela administradora do grupo. Faça parte!

## O que você precisa?

**Agilidade no caixa.**

**Self-Checkout**

Solução de autoatendimento para supermercados com as melhores tecnologias em periféricos disponíveis no mercado. Permite aos clientes realizarem o escaneamento e pagamento sem a necessidade do operador de checkout.

**Controle na tesouraria.**

**Tesoureiro Reciclador de Cédulas**

Reconhece, conta e permite armazenar as cédulas recebidas e dispensá-las em novas transações. O sistema garante total automação da tesouraria, proporcionando segurança e rastreamento do numerário.

**Impressão NFC-e / S@T.**

**PertoPrinter 3ª Geração**

A menor impressora da categoria proporciona economia comprovada na compra de papel, pois permite a maior bobina (até 130 metros). Desenvolvida e fabricada no Brasil, com geração interna de QR Code, mecanismo de impressão FUJITSU, baixo consumo de energia e garantia de 2 anos (inclusive no mecanismo).

**Perto**

sempre ao seu lado.

(51) 3489-8900  
www.perto.com.br



# Mobilidade: dever de todos

Contribuir para a mobilidade urbana é papel de todos: dos governos, dos cidadãos e das empresas

**“Na década de 80, muitas cidades europeias viviam nossos problemas de hoje e iniciaram mudanças. Isso dá certa esperança, pois até nossa democracia veio com atraso em relação à Europa.”**

Júlio Celso Borello Vargas, doutor em engenharia de transportes



O pôr do sol de Porto Alegre é conhecido por conta da sua beleza. Mas se quiser assistir ao espetáculo, é bom sair cedo de casa, já que outra fama que a cidade vem conquistando nos últimos anos é de possuir uma mobilidade urbana cada vez pior. O conceito, como explica Júlio Celso Borello Vargas, doutor em engenharia de transportes, arquiteto e professor do Departamento de Urbanismo da UFRGS, refere-se às coisas que se movem, sejam pessoas ou mercadorias. E a qualidade dessa mobilidade afeta diretamente o varejo, já que as pessoas buscam comodidade na hora de consumir. Porém, segundo o especialista, não é necessário haver grande movimentação para uma cidade funcionar, como ocorre com os comércios de bairro, que muitas vezes facilitam o acesso a pé e contribuem para não saturar as vias por onde circulam os meios de transporte motorizados. “Hoje temos muitas atividades remotas e não precisaríamos dessa hiper mobilidade que vivemos, mas o estímulo à compra de carros dos últimos anos gerou uma falsa demanda pela movimentação”, explica.

## > Impactos no varejo

Além da falta de iniciativa do poder público, há um problema cultural que contribui para que o quadro da mobilidade se mantenha ineficiente, afirma Henrique Evers, coordenador de Desenvolvimento Urbano da WRI Brasil Cidades Sustentáveis, uma instituição internacional que auxilia governos e organizações em ações que integram meio ambiente, oportunidades econômicas e bem-estar humano. Isso ocorre porque uma parcela da população é contra sacrificar vias para carros a fim de beneficiar outras alternativas, como os corredores exclusivos de ônibus ou o transporte por bicicletas com a construção de ciclovias. “Nos últimos anos até vimos um aumento de ciclovias espalhadas pela cidade, mas a qualidade da mobilidade depende da integração entre os meios”, explica. Outra realidade que precisa ser repensada, de acordo com Evers, é o mito que impera entre os comerciantes de que a falta de estacionamento próximo aos estabelecimentos vai prejudicar as vendas. “O mais provável é que o varejo se beneficie,

conforme o estudo The Economic Benefits of Sustainable Streets, do Departamento de Transportes de Nova Iorque (EUA), que mostrou que projetos de rua que melhoram a segurança, o design e a acessibilidade para pedestres, ciclistas e passageiros de coletivos levam a maiores vendas no varejo”, destaca Evers.

Um exemplo é uma avenida no bairro do Brooklyn, em Nova Iorque, que duplicou as vendas no varejo nos três anos seguintes à instalação de pistas para bicicletas e arborização. Já um cruzamento no bairro do Harlem, que foi simplificado com um novo espaço público e mudanças no tráfego, aumentou em 48% as vendas, superando as ruas próximas e até a média de vendas do centro comercial da ilha de Manhattan no mesmo período. Como afirma Evers, não basta ter fluxo, é preciso que as pessoas permaneçam no comércio.

#### > Um caminho a seguir

Pelas observações dos especialistas, as soluções para esses problemas de mobilidade devem andar junto com o desenvolvimento das cidades. Mas, para isso, o assunto precisa ser visto como parte do planejamento urbano, e na Capital, quase todo o investimento tem ido para o deslocamento particular motorizado, com alargamento de vias e novos viadutos, em detrimento do coletivo. Além disso – e da óbvia necessidade de mais investimentos públicos –, cabe aos cidadãos modificarem seus hábitos. E as lojas também podem oferecer estímulos para que as pessoas que se relacionam com o seu negócio optem por soluções que não prejudiquem a mobilidade urbana para se deslocar, considerando sempre antes os modos não motorizados ou os coletivos em vez dos particulares automotores. Uma medida benéfica, de acordo com Vargas, seria a prefeitura comprar essa



Avenida Paulista é um dos exemplos de São Paulo – passou por mudanças e favoreceu a movimentação dos pedestres

### Para se espelhar

#### São Paulo

Cidade exemplo de planejamento urbano, iniciado nos últimos anos, que deverá trazer sólidos e duradouros resultados no futuro.

#### Copenhague

A capital da Dinamarca criou seu plano diretor na década de 1950, quando vivia problemas na mobilidade urbana, e hoje é modelo em transporte sustentável.

#### Sorocaba

Investiu muito nos últimos anos e é destaque nacional em construção de ciclovias.

#### Seattle

A cidade norte-americana fez um plano de mobilidade com ciclovias, bulevares e parques públicos diante do rápido crescimento urbano, nos anos 90, além de iniciativas para atrair casas e comércio de forma descentralizada.

#### Portland

Localizada nos Estados Unidos, a cidade tem quase 500 km de ciclovias, além de um sistema generoso de geração de energias alternativas.

#### Barcelona

Uma das principais cidades da Espanha, começou seu Pacto da Mobilidade em 1998. Hoje abriga o 22@Barcelona, conhecido polo de inovação, em um espaço revitalizado onde ficavam antigas fábricas.

“briga”, como ocorreu na cidade de São Paulo nos últimos quatro anos, e investir forte em medidas como a construção de ciclovias interligadas e aumento dos corredores de ônibus. Em São Paulo, a redução dos limites de velocidade nas ruas e marginais contribuiu para a redução no número de mortes no trânsito. Em 2015, foi registrada queda de 20,6% em comparação a 2014, segundo a Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo, maior baixa desde 1998. “No entanto, apesar de ser uma cidade maior e mais complexa, pareceu mais fácil do que seria aqui por conta da visibilidade que a cidade tem aos olhos do mundo, que valoriza a sustentabilidade muito mais do que no Brasil”, disse o professor.

Como define o professor, a situação de mobilidade de Porto Alegre está no meio do caminho entre o antigo e o moderno, do modo como muitos países que hoje são potências em sustentabilidade um dia já estiveram. Locais como Copenhague, na Dinamarca, e Barcelona, na Espanha, só conseguiram conquistar a boa reputação que têm hoje porque entenderam que a solução para a mobilidade passa por favorecer os modos não motorizados, como o transporte a pé, de bicicleta ou metrô, além de uma sólida mudança estrutural, que passa pela educação e deve envolver todos os cidadãos, empresas e governos.



**“Pensar na questão da centralidade, criando pequenos centros com soluções que evitam os grandes deslocamentos, é essencial.”**

Henrique Evers, coordenador de Desenvolvimento Urbano da WRI Brasil Cidades Sustentáveis

### Como posso contribuir para a mobilidade na minha região?



Ofereça vestiário para estimular o deslocamento a pé dos colaboradores.



Junte-se com os vizinhos e transformem a quadra.



Lembre sempre que prometer entrega rápida estimula a alta velocidade dos motoboys. Admita sua participação nisso e repense!



Facilite o acesso a sua loja, com uma calçada organizada, limpa e estacionamento para bicicletas.



Se a sua loja forma um grande volume de trabalhadores com as lojas do entorno, pense em soluções coletivas.



Assuma a responsabilidade do entorno da sua loja, colaborando com a limpeza e a manutenção.

# Dever de todos

“De que forma você acha que o comércio pode contribuir para **amenizar a situação da mobilidade** urbana na Capital?”



< **Andrea Kohlrausch**  
Diretora de Varejo da Bibi Calçados

“O comércio deve investir mais na integração de canais e em serviços de conveniência ao cliente. A Bibi é multicanal e entende que o cliente está conectado dentro da visão de omnichannel. Independentemente do canal, nossos preços e campanhas são integrados, facilitando para o cliente, que pode escolher onde e como for mais conveniente comprar.”

[facebook.com/bibi](https://facebook.com/bibi)



< **Christian Jacques Ely**  
Diretor comercial da Combat

“O comércio pode e deve fazer a sua parte, principalmente no que se refere à acessibilidade. Proporcionar facilidade de acesso aos clientes com necessidades especiais, disponibilizar bicicletários, manter ambientes limpos e confortáveis são exemplos simples e econômicos de atuação.”

[facebook.com/combatonline](https://facebook.com/combatonline)

## **Cristiano Portella Ceresér**

Sócio-diretor de Comunicação da Uomo Concept >

“A manutenção da calçada, o acesso para cadeirantes, além do bom senso quanto ao uso de placas em locais com alto fluxo de pessoas, contribuem para a mobilidade de pedestres. Já para veículos, possuir local adequado para carga e descarga, convênio com estacionamentos e estímulo ao uso da bicicleta por meio de descontos podem ser boas opções.”

[facebook.com/UomoConcept](https://facebook.com/UomoConcept)



**Thierry Romanelli** >  
Sócio da Romanelli Calçados

“Buscar colaboradores que residam dentro ou próximo ao bairro onde a loja está estabelecida é uma forma de contribuir com a mobilidade, pois incentiva a locomoção por meios alternativos, como a bicicleta. Em nossa empresa sempre optamos pela mão de obra local para facilitar o acesso dos colaboradores e fortalecer o poder aquisitivo do bairro.”

[facebook.com/romanellicalcados](https://facebook.com/romanellicalcados)



< **Sérgio Martins**  
Gestor comercial da Tecidos Dabdab

“A união de lojas vizinhas, com a participação ativa dos comerciantes, pode gerar boas ações a partir do debate em conjunto sobre as carências e as demandas da região. Corrigir as más atuações, como a poluição sonora, também é importante, já que isso produz um cenário negativo ao local e aos concorrentes próximos.”

[facebook.com/tecidosdabdab](https://facebook.com/tecidosdabdab)



< **Guilherme Dias**  
Sócio na Plásticos Azenha

“A contribuição por parte do comércio pode vir através de campanhas que incentivam o uso de transportes alternativos, criando estacionamentos com bicicletários para colaboradores e clientes. Aprimorar as vendas pela internet também é uma alternativa, evitando o deslocamento obrigatório até a loja.”

[facebook.com/PlasticosAzenha](https://facebook.com/PlasticosAzenha)



# Temas confirmados em 2017

Criatividade para resolver os problemas e o papel dos influenciadores digitais são assuntos do Congresso

Com a proximidade de mais uma edição da Feira e do Congresso Brasileiro do Varejo, que ocorrem entre os dias 12 e 14 de julho, importantes nomes de palestrantes e empresas se confirmam. Neste ano, serão dois auditórios no Centro de Eventos do BarraShoppingSul, onde acontecerão palestras simultaneamente.

Com painéis sobre visual merchandising, vitrinismo, marketing, e-commerce, comunicação, economia, franquias, tecnologia, empreendedorismo e negócios, a expectativa é de receber mais de 6 mil visitantes de vários estados brasileiros.

## > Influência digital

Uma das palestras confirmadas será com Rafael Terra, CEO da Fabulosa Ideia, que também é professor e consultor de marketing digital e humanização de marcas. No encontro "Influenciadores Digitais: quem são e como engajá-los?", ele abordará tópicos como imagem como moeda de troca, perfil dos influenciadores digitais, público como mídia, além de

apresentar exemplos. "Pessoas confiam mais em pessoas do que em logotipos, por isso as empresas que querem humanizar suas marcas devem interagir com os novos formadores de opiniões, os digital influencers, que podem personificar os valores da empresa e criar um vínculo com o público", explica.

## > Criatividade é a solução

Outro nome certo para o evento é o de Murilo Gun, professor, palestrante e comediante, que vai tratar do tema "Criatividade para solução de problemas" apresentando os principais bloqueios cerebrais e algumas técnicas criativas para lidar com eles. "O mundo está mudando muito rápido e isso traz novos problemas, que exigem novas soluções. E esse cenário torna a habilidade criativa uma das mais importantes ferramentas para o futuro. Por isso, resgatar a facilidade de pensar diferente, como pensávamos lá na infância, só ajuda", comenta.

fbv  
Feira Brasileira do Varejo



Rafael Terra



Murilo Gun

## Novo site

Este mês o site da FBV está de cara nova! A revitalização, com novo design e layout, tornou o acesso à plataforma mais dinâmico para acompanhar o conteúdo, os expositores e os palestrantes. O site é responsivo, se adapta ao dispositivo do usuário (PC, celular, tablet), e outra novidade é a seção Guia do Visitante. Acesse e confira!

## 01. De olho nas tendências

Grupos formados por empresários do segmento de moda participaram das duas Missões Empresariais promovidas pelo Sindilojas Porto Alegre em janeiro. Na missão 3x1 São Paulo, os lojistas visitaram as feiras Fenin Fashion, Prêt-à-Porter e Couromoda para conhecer as últimas tendências do setor e fechar negócios com exclusividade. A missão ainda teve a presença da blogueira Vitória Portes, que compartilhou todas as novidades por meio do Instagram @sindilojaspoa.

Já na Fenin Fashion Gramado, os varejistas conferiram as novidades de mais de 2 mil marcas de confecções, acessórios, calçados, lingerie e moda praia.



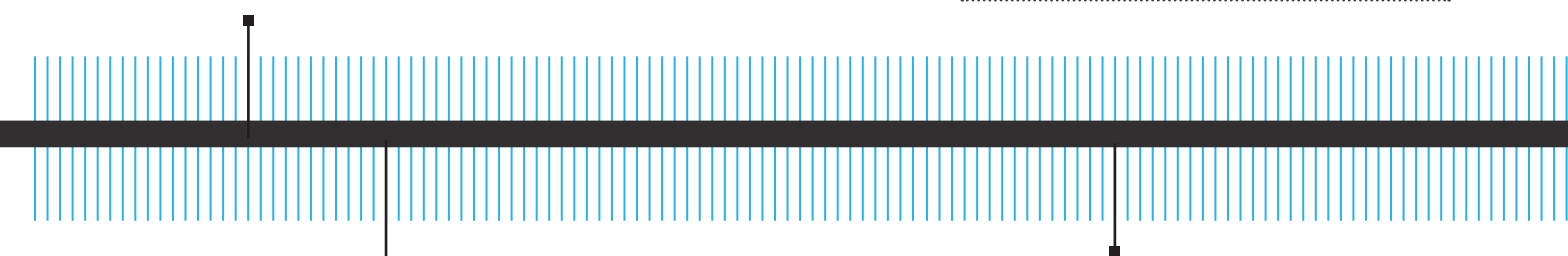
Missão à Fenin Gramado, acima, e às feiras de São Paulo, embaixo



**"Nós buscamos ir a todas as edições possíveis da Fenin, e em todas elas realizamos excelentes negócios, pois estamos em contato direto com a fábrica, podendo negociar. Eventos como esse são fundamentais para quem é do segmento de moda."**  
**Eduardo Sperb, da Mellina Collection, que esteve na Fenin Fashion Gramado**

**"Além de ficarmos sabendo de muitos eventos, as missões trazem comodidade na organização. Em São Paulo, as feiras foram muito boas para fazer contato com os lojistas e conhecer novos fornecedores, o que ajuda até a negociar com os que já compramos."**  
**Sandra Martins, da Lucki Moda Festa, que participou da missão em SP**

A próxima Missão Empresarial será de 26 a 28 de abril para a Veste Rio, no Rio de Janeiro (RJ). O evento ocorre no Pier Mauá e contará com mais de 100 expositores e workshop com curadoria do Ela, do Globo. A Veste Rio é realizada pelo caderno Ela em parceria com a revista Vogue. Mais informações pelo e-mail [missoes@sindilojaspoa.com.br](mailto:missoes@sindilojaspoa.com.br).



## 02. Funcionamento nos feriados

Vai até o dia 31 de março o limite para as lojas que desejarem abrir com funcionários nos feriados de 2017 realizarem os procedimentos necessários. Pela Convenção Coletiva de Trabalho, firmada com o Sindec, as lojas poderão funcionar em todos os feriados deste ano, exceto 1º de maio e 25 de dezembro. A declaração de opção pelo trabalho em feriados é concedida pelo Sindilojas Porto Alegre às empresas com as contribuições sindicais e patronais de 2016 quitadas, inclusive com o Sindec. E o documento deverá ficar exposto em cada unidade que abrir. Mais informações pelo (51) 3025-8300 e pelo site da Entidade.



## 03. Varejo Experience

A próxima edição das visitas técnicas realizadas pelo Sindilojas Porto Alegre - que a partir de agora formam o serviço Varejo Experience - já tem data: dia 4 de maio. Com a temática gestão de vendas, a visita será orientada pelo especialista em marketing e varejo com mais de 20 anos de atuação, Gildo Sibemberg. As inscrições já estão abertas e as vagas são limitadas. Mais informações no site da Entidade, pelo e-mail [relacionamento@sindilojaspoa.com.br](mailto:relacionamento@sindilojaspoa.com.br) ou telefone (51) 3025-8300. Participe junto com a sua equipe e fortaleça o seu negócio.





#### 04. Contribuição que faz a diferença

No dia 20 de março termina o prazo para os lojistas representados pelo Sindilojas Porto Alegre realizarem o pagamento da primeira parcela da Contribuição Assistencial Patronal. O pagamento é obrigatório mediante emissão da guia disponível para download no site da Entidade e o valor é revertido para a categoria por meio de vantagens e benefícios, como o Café com os Lojistas e a FBV, dois eventos gratuitos para os comerciantes. As empresas que preferirem também podem pedir o envio do boleto impresso para os endereços cadastrados. Dúvidas podem ser respondidas pelo (51) 3025-8300 ou financeiro@sindilojaspoa.com.br.

#### 05. Prestação de contas

No dia 30 de março, o Sindilojas Porto Alegre realiza a sua Assembleia Geral Ordinária (AGO), para prestação de contas do exercício de 2016. Para garantir a continuidade do trabalho que vem sendo realizado na Entidade, é fundamental a participação de todos os associados ou de seus representantes legais. O encontro será no auditório Henrique Gerchmann (Rua dos Andradas, 1234/9º andar, no Centro Histórico), com primeira chamada às 8h30 e última convocação às 9h para apresentação das contas e do relatório de atividades do ano de 2016, conforme estabelecido no artigo 13 do Estatuto Social. Participe!



8/3

> Dia Internacional da Mulher  
> Workshop "Qualidade de vida: como tornar a vida profissional e pessoal uma experiência positiva" | Turnos: manhã e tarde

9/3

> Café com Lojistas "Empoderamento feminino no varejo" | Turno: manhã

< 13 e 14/3

> Curso "Tendências e novos comportamentos" | Turno: noite

15/3

> Dia do consumidor

20/3

> Contribuição Assistencial Patronal (1ª parcela)

20 a 22/3

> Curso "Excelência em negociação: como persuadir e convencer clientes" | Turno: noite

26/3

> Aniversário 245 anos de Porto Alegre

29/3

> Workshop "Como desenvolver a criatividade e a inovação no trabalho" | Turno: manhã

> Café com Lojistas "A economia e sua perspectiva para os próximos anos" | Local: Fundação Iberê Camargo (Av. Padre Cacique, 2000, bairro Cristal) | Turno: manhã

30/3

> AGO - Assembleia Geral Ordinária (Prestação de Contas do Exercício 2016)

#### 06. Capacite-se!

Já estão abertas as inscrições para os cursos promovidos gratuitamente pelo Sindilojas Porto Alegre para os seus associados em março e abril. Os treinamentos abordam temas fundamentais para o varejo e são voltados para as equipes de vendas, gestores e proprietários. Um deles é sobre "Tendências e novos comportamentos", ministrado pela consultora de moda Tatiane Alves, nos dias 13 e 14 de março. "O curso busca preparar o lojista para os novos rumos do comportamento do consumidor, já que esses movimentos influenciam o dia a dia do negócio. Vamos tratar desde as mudanças visuais do espaço interno, vitrines de impulso, formato de compras até experiências oferecidas dentro da loja", destaca Tatiane. Confira a programação e inscreva o seu time.

##### Março

**Workshop Qualidade de vida: como tornar a vida profissional e pessoal uma experiência positiva**  
8 de março | manhã e tarde

**Curso Tendências e novos comportamentos**  
13 e 14 de março | noite

**Curso Excelência em negociação: como persuadir e convencer clientes**  
20 a 22 de março | noite

**Workshop Como desenvolver a criatividade e a inovação no trabalho**  
29 de março | manhã

##### Abril

**Curso Marketing digital: o seu grande aliado para atrair e conquistar clientes**  
3 a 6 de abril | noite

**Workshop Como administrar melhor o seu tempo e aumentar a sua produtividade**  
11 de abril | manhã

**Workshop Marketing pessoal: estratégias para gestão da imagem pessoal no âmbito profissional**  
18 de abril | noite

**Curso Gestão de estoques**  
24 a 27 de abril | noite



[/faculdadesenacpoa](https://www.facebook.com/faculdadesenacpoa) [@senacrs](https://twitter.com/senacrs) [@senac\\_rs](https://www.instagram.com/senac_rs)  
#mudandoavida

**Cursos Superiores:**

- Análise e Desenvolvimento de Sistemas
- Gestão de Recursos Humanos
- Bacharelado em Administração
- Hotelaria
- Bacharelado em Ciências Contábeis
- Logística
- Comércio Exterior
- Marketing
- Design de Moda
- Processos Gerenciais
- Gestão Comercial
- Produção Multimídia
- Gestão Financeira
- Redes de Computadores
- Sistemas para Internet

**Vestibular senac**

**20%<sup>Até</sup> de desconto para comerciários**

Conheça também as opções de cursos de graduação a distância em: [ead.senac.br/graduacao](http://ead.senac.br/graduacao)

**Inscrições gratuitas: [senacrs.com.br/vestibular](http://senacrs.com.br/vestibular)**

**Faculdade Senac Porto Alegre**  
Rua Coronel Genuíno, 130 e 358  
Fone: (51) 3022.1044  
WhatsApp: (51) 99944.6621

Senac. Educação profissional mudando vidas.





# Parceria fortalecida

Confira quem são os mais novos associados ao Sindilojas Porto Alegre que chegam para reforçar ainda mais a atuação da Entidade e colaborar com a união do setor.



## Margarete Plentz

Proprietária da Basic Store Kids

### Fundação: 2008

A partir da experiência de loja desde 2008, a multimas mudou o seu posicionamento e, em 2016, abriu três filiais focadas na venda de vestuário infantil: no Bourbon Wallig, Bourbon Assis Brasil e Boulevard Assis Brasil. Os produtos atendem jovens até os 16 anos e possuem preços acessíveis.

[facebook.com/BasicStoreKids1](https://facebook.com/BasicStoreKids1)



## Marcio Volkweiss

Proprietário da Ferragem Casarão

### Fundação: 2016

Estacionamento próprio, fácil acesso, atendimento consultivo para identificar as necessidades do cliente e para ofertar o produto que melhor o atenda são marcas da Ferragem Casarão. A loja trabalha com material hidráulico e elétrico, tintas, ferramentas, equipamentos e materiais de construção na Av. Alberto Pasqualini, 277, bairro Jardim Itu Sabará.

[facebook.com/ferragemcasarao](https://facebook.com/ferragemcasarao)

## Marlise Regina Ribeiro

Sócia da FBD Informática

### Fundação: 2006

A loja oferece uma variedade de produtos de informática e smartphones, incluindo acessórios e montagem de computadores personalizados. Além disso, oferece serviço de manutenção e suporte técnico. A matriz fica na rua Leopoldo Bier, 482, no bairro Santana, e possui uma filial no Shopping TOTAL.

[fbdinformatica.com.br](https://fbdinformatica.com.br)



## Gustavo, Jorge e Cristiano Moura

Fundador (ao centro) e sócios-proprietários da Eletro Moura

### Fundação: 2002

Com 15 anos, a loja de departamentos oferece eletrodomésticos, celulares, ferramentas elétricas, instrumentos musicais, som automotivo, peças e acessórios de informática, computadores e games. Possui amplo estacionamento e está localizada na estrada João Antônio da Silveira, 1960, bairro Restinga.

[facebook.com/EletoMouraLoja](https://facebook.com/EletoMouraLoja)



## Márcia Bilibio e Liane Irigoyen

Sócias da Nuah Cosméticos

### Fundação: 2015

A marca oferece uma linha completa de cosméticos e maquiagem, com produtos que podem ser customizados pelas clientes, garantindo qualidade e exclusividade. Além disso, não realizam testes em animais. A loja está localizada em um quiosque no Shopping Iguatemi.

[facebook.com/nuahbeauty](https://facebook.com/nuahbeauty)



## Domingos De Luca

Sócio-proprietário da Alfaiataria e Camisaria Itália

### Fundação: 1967

Com experiência de 50 anos no comércio de roupas masculina e feminina, a loja do Centro Histórico de Porto Alegre atende do clássico ao moderno, com destaque para a moda íntima. São duas unidades: a matriz, na Jerônimo Coelho, 108, e a filial, na rua Marechal Floriano Peixoto, 363.



# Facilidades para o varejo

Benefícios da Certificação Digital estão disponíveis para todos os associados ao Sindilojas Porto Alegre e demais cidadãos, facilitando a rotina dos empresários

## Assinatura eletrônica

O Certificado Digital é um documento eletrônico que comprova a identidade de uma pessoa, empresa ou site. Pode ser usado nas transações online e na troca eletrônica de documentos, mensagens e dados, além de dar autenticidade e segurança.

## Benefícios

Agilidade, redução de custos com papel e deslocamentos, simplificação de processos, validade jurídica nos documentos eletrônicos e autenticação com segurança na internet são vantagens que o serviço oferece.

## Simplex para todos

Desde o começo de 2017, optantes pelo Simplex Nacional com mais de três funcionários são obrigadas a ter Certificação Digital para entrega da Guia de Recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço e declarações do e-Social.

## Parceiro

A SafeWeb, pioneira em Certificação Digital no Estado, é a parceira do Sindilojas Porto Alegre na prestação desse serviço. O atendimento é feito na sede da Entidade (Rua dos Andradas, 1234/22º andar, Centro Histórico) mediante agendamento pelo e-mail [certificadodigital@sindilojaspoa.com.br](mailto:certificadodigital@sindilojaspoa.com.br).



# Reduzir custos é prioridade

Os custos das lojas – como aluguel, condomínio e funcionários – não eram as principais preocupações dos lojistas até 2015, enquanto o mercado ainda estava aquecido. Nesse período, as vendas pagavam essas despesas, sobrava para outros investimentos e geravam-se bons resultados. No entanto, a partir de 2016, houve uma queda brusca no faturamento. Reorganizar e cortar os custos das operações tornou-se um fator primordial para dar continuidade aos negócios. Diante desta nova realidade, novas estratégias para impulsionar os ganhos, como treinamentos e promoções, foram feitas, mas não obtiveram o resultado esperado. Os custos elevados dos aluguéis

em shoppings passaram a ser um tormento para os lojistas. A forma de lidar varia de acordo com o tamanho da operação, mas o que não muda é a necessidade de os empresários estarem, mais do que nunca, à frente dos seus negócios atuando diretamente no ponto de venda. Na Basic Store, para nos mantermos competitivos, decidimos retomar o que fazíamos no início: estarmos presentes fisicamente na loja, deixando as tarefas administrativas para o segundo plano. Claro que isso torna o trabalho intenso, mas permite que haja contato diretamente com os clientes, que costumam se sentir valorizados pela atenção do proprietário. Além disso, quando estamos no dia a dia

fica mais fácil perceber a satisfação do público, notar o que precisa melhorar, garantir a qualidade do serviço e dar o ritmo que gostaríamos ao negócio. Já que a economia não está favorável, é nosso dever como empresários estarmos fortes para manter nossos comércios vivos e unidos por uma troca de experiência que facilite passarmos por essa fase da melhor forma possível. Afinal, todos enfrentamos o mesmo cenário e, às vezes, a ideia de uma loja pode ser a solução para o problema de outra.

Serviços realizados via Certificado Digital para Pessoa Jurídica >

- > Emitir notas fiscais eletrônicas;
- > Assinar contratos digitais;
- > Acompanhar processos legais;
- > Consultar e regularizar a situação cadastral e fiscal;
- > Emitir certidões;
- > Fazer a Redarf;
- > Verificar a autenticidade de informações divulgadas na versão online do Diário Oficial da União;
- > Entregar o IRPJ, a DCTF, a DIPJ e a PER/DCOMP.

**Rodrigo Plentz**  
Basic Store



# Entre para o time

  
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.

## » Bandeiras

capacitação

participação  
ativa junto aos poderes  
públicos e sociedade

combate  
ao comércio informal

redução e  
simplificação  
dos tributos,  
impostos e licenças

segurança  
pública

## 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.

“Apesar de a segurança pública ser de responsabilidade do Estado, o Sindilojas Porto Alegre busca contribuir por meio de reuniões com a Secretaria competente para encontrar saídas que beneficiem a população e o comércio, além de orientar sobre como esse momento crítico pode ser superado por todos nós.” **Sérgio Galbinski**, vice-presidente de Relações de Trabalho

 /sindilojaspoa

 @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 Kruse  
Vice-presidente: Arcione Piva  
Vice-presidente Administrativo: Daniel Casais  
Vice-presidente Financeiro: Marco A. Belotto  
Vice-presidente de Relações de Trabalho: Sérgio Galbinski  
Vice-presidente Comercial: Tarcisio Pires Moraes  
Vice-presidente de Comunicação e Marketing: Paulo Penna Rey  
Vice-presidente de Relações Políticas e Institucionais: Ronaldo Sielichow  
Vice-presidente de Responsabilidade Socioambiental: João da Silva Rodrigues  
Dir. Administrativo: Eduardo Igor  
Dir. Financeiro: Augusto Hecktheuer  
Dir. de Relações de Trabalho: Vladimir Machado  
Dir. Comercial: Carlos Schmaedecke  
Dir. de Comunicação e Marketing: Antonio Gomes  
Dir. de Rel. Políticas e Institucionais: Eduardo Spunberg  
Dir. de Responsabilidade Socioambiental: Roberto Zimmer  
Suplentes: Alcécio Ughini, Claus Hubert Lagemann, Fabiana

Estrela, Felipe Tarta Sielichow, Irio Piva, James Kravetz, Jorge Logemann, Jorge Strassburger, Manuel Motyl, Mariana Baroni dos Santos, Marivaldo Tumelero, Nelson Lídio Nunes, Paulo Sérgio Gonzaga, Ricardo De Conto, Roni Zenevich, Rosi Frigo Luz  
Conselho Fiscal: Carlos Klein, Lídio Ughini, Magnus Scheffer  
Suplentes: Alcides Debus, Moacir Sibemberg, Zilmar Pinto Quintão

Conexão Varejo - Publicação do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre (Sindilojas Porto Alegre), produzida pela Giornale Comunicação Empresarial. As colaborações e sugestões de pauta para a publicação devem ser enviadas para [conexao@giornale.com.br](mailto:conexao@giornale.com.br)  
Atendimento ao leitor e Assessoria de Imprensa:  
[imprensa@sindilojaspoa.com.br](mailto:imprensa@sindilojaspoa.com.br) Fone: (51) 3025.8323 ou 3025.8324

### Conselho Editorial - Sindilojas Porto Alegre

Presidente: Paulo Kruse  
Vice-presidente de Comunicação e Marketing: Paulo Penna Rey  
Diretor de Comunicação e Marketing: Antonio Gomes  
Consultora: Sílvia Rachewsky  
Gerente de Comunicação e Marketing: Graciele Grandó

### Produção

Assessora de Imprensa: Mariane Rehm  
Analista de Comunicação: André Pasquali  
Analista de Comunicação: Carolina Guterres  
Estagiária de Comunicação: Júlia Flores



Execução  
Giornale Comunicação  
[giornale.com.br](http://giornale.com.br)

### Fotos

Joel Vargas, Arquivo Sindilojas Porto Alegre e Divulgação.



Comercialização  
Sindilojas Porto Alegre  
[comercial@sindilojaspoa.com.br](mailto:comercial@sindilojaspoa.com.br)  
ou pelo telefone: (51) 3025.8300

Impressão  
Impresul  
Tiragem de 6 mil exemplares



Edições Anteriores  
Acesse o site do  
Sindilojas Porto Alegre e  
baixe a Conexão Varejo  
em formato PDF.

CONHECIMENTO PARA  
VOCÊ SE ATUALIZAR.  
CAPACITAÇÃO PARA  
VOCÊ CRESCER.

PROGRAMAÇÃO DE  
ABRIL



Cursos  
com certificado



Professores  
renomados



Curta  
duração



Teoria aplicada  
na prática

PARTICIPE DOS NOSSOS CURSOS E GARANTA MAIS CONHECIMENTO PARA VOCÊ FICAR ATUALIZADO. VAGAS LIMITADAS.

03 A 06.04 - DAS 19H ÀS 22H

MARKETING DIGITAL: O SEU GRANDE ALIADO PARA ATRAIR E CONQUISTAR CLIENTES

Com Flavia Nagib Murr / Mari Petek

11.04 - DAS 8H30 ÀS 12H30

COMO ADMINISTRAR MELHOR O SEU TEMPO E AUMENTAR A SUA PRODUTIVIDADE

Com Paulo Belegante

12.04 - DAS 19H ÀS 22H

TRANSFORMAR E MELHORAR O DESEMPENHO PESSOAL E PROFISSIONAL

Com Jader Denicol do Amaral

18.04 - DAS 19H ÀS 22H

MARKETING PESSOAL: ESTRATÉGIAS PARA GESTÃO DA IMAGEM PESSOAL NO ÂMBITO PROFISSIONAL

Com Vera Lúcia Bernardes

24 A 27.04 - DAS 19H ÀS 22H

GESTÃO DE ESTOQUES

Com Gustavo Brasil Ribeiro

INSCRIÇÕES PELO SITE: [SINDILOJASPOA.COM.BR](http://SINDILOJASPOA.COM.BR)



Local: Centro de Capacitação do Sindilojas Porto Alegre. Rua dos Andradas, 1234 | 9º andar - Centro Histórico Porto Alegre/RS



Associados  
GRÁTIS

Ainda não é nosso associado? Associe-se agora mesmo.

Essas e muitas outras vantagens esperam por você.  
Informações pelo telefone (51) 3025.8300

 /sindilojasPOA  @sindilojasPOA



## O VAREJO ESTÁ FICANDO MAIS FORTE. E A SUA PRESENÇA DE MARCA?

Confira as cotas de merchandising da Feira Brasileira do Varejo para você dar destaque à sua empresa ao lado das maiores novidades do setor no País.



### DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL GRÁFICO

Divulgue a sua marca com diversas possibilidades de materiais impressos que serão entregues na bolsa da Feira.  
R\$ **2.000,00**



### ANÚNCIO NA REVISTA DA FEIRA

Anuncie no guia completo da Feira que também será impresso e distribuído aos visitantes gratuitamente.  
R\$ **1.500,00**



### VÍDEO COMERCIAL

Apresente a sua empresa duas vezes por dia em um vídeo comercial de até 30 segundos que será exibido antes das palestras do congresso.  
R\$ **1.500,00**



### PROMOTORA NA FEIRA

Faça com que a sua divulgação chegue a todos os cantos da Feira. Ação exclusiva para empresas expositoras em 2017.  
R\$ **2.000,00**



### CAPA EXTERNA NA REVISTA CONEXÃO VAREJO

Envolve a sua marca na revista que conta com mais de 6 mil unidades por mês para lojistas, lojas, visitantes e outras Entidades do setor varejista.  
R\$ **4.500,00 por edição**



### VOCÊ AINDA PODE PARTICIPAR COM AS SEGUINTE OPÇÕES:

- Sorteios de Brindes no Congresso
- Souvenirs nas Bolsas
- Capas das Cadeiras do Congresso
- Garrafas de Água

PARA MAIS INFORMAÇÕES SOBRE OS APROVEITAMENTOS DISPONÍVEIS, ENTRE EM CONTATO:

comercial@feirabrasileiradovarejo.com.br  
www.feirabrasileiradovarejo.com.br  
(51) 3025.8300 | (51) 99167.4078

Apoio:



Realização:

