

O Leilista

Ano XIX - nº180 - DEZEMBRO - 2019



*Natal
Família*

50 ANOS
PRÊMIOS



COMPRA NAS LOJAS PARTICIPANTES DE VOLTA REDONDA E CONCORRA



TODO SÁBADO
SORTEIO DE
10 VALES-
COMPRA
DE R\$ 500,00

E NO SORTEIO FINAL: 01 CARRO 0KM COMPLETO E 09 VALES-COMPRA DE R\$ 500,00.

A CADA R\$ 60,00 EM COMPRAS
= 01 CUPOM

CONFIRA O REGULAMENTO E CADASTRE-SE EM
WWW.NATALFAMILIA.COM.BR
E COMECE A PARTICIPAR!

- 03** Palavra do Presidente
- 04** Aconteceu
- 06** Espaço CDL-VR
- 07** Espaço CDL Jovem
- 08** Parceiro 10
- 10** Espaço SPC
- 12** Expectativa 2020
- 14** Produtos Específicos para o Natal
- 15** Happy Hour
- 16** Matéria de Capa
- 18** Espaço Tributário
- 20** Moda Praia
- 21** Comércio e Serviço
- 22** Período de Férias para vender mais
- 23** Nome Limpo, Crédito Forte
- 24** Startvr
- 25** Novos Associados
- 26** Novos Associados
- 28** Natal Já Movimenta Comércio
- 30** Saúde em Dia

EXPEDIENTE

Composição e Edição

O LOJISTA é uma revista da CDL-VR (Câmara de Dirigentes Lojistas de Volta Redonda)

Gerente Executivo

Anderson Moysés

Jornalista Responsável

Regiane Amaro Lannes (MTB-22354/01)

Conselho Editorial

Diretorias da CDL-VR e CDL Jovem

Composição, Diagramação e Arte Final

Artmídia Publicidade e Propaganda

Fotolito e Impressão

OLPS Gráfica

Sugestão de Matérias

e-mail: comunicacao@cdlvr.org.br

Estagiários de Jornalismo

Vinicius Duarte

Pedro Henrique Duarte

Fotos

Carlos Caldeira

Tiragem

1.500 Exemplares

*As matérias assinadas são de responsabilidade de seus autores.

DIRETORIA



Presidente

Gilson Ferreira de Castro

1º Vice-Presidente

Leonardo Costa de Almeida

2º Vice-Presidente

Elida Regina Reis Leal

1º Diretor Secretário

Luis Fernando Soares Cardoso

2º Diretor Secretário

Paulo Roberto Fagundes da Costa

1º Diretor Financeiro

José Carlos do Nascimento

2º Diretor Financeiro

Luiz Claudio Alves Delgado de Avila

1ª Diretora Social

Maria Auxiliadora Ávila Marcelino

2ª Diretora Social

Mônica Laviola de Queiroz Cândido

Diretor de Comunicação e Tecnologia

Eduardo Guimarães Prado

Diretor de Comunicação e Tecnologia

Rafael Silva Ferreira Mendes

Dir. de Desenv. Econ. e Tributário
Evandro Queiroz Glória

Diretor de Serviços e Produtos
Adriano de Oliveira Santos

Diretor Adm. e de Patrimônio
Maurílio Marcelino da Silva

Diretor Adm. e de Patrimônio
Cleverson Stocco Moreira

Diretor Comercial e de Franquias
Giovane Freitas Ferreira

Diretor Jurídico
Yhel Paulo Esteves

Diretor de Assuntos Políticos
Luiz Carlos Hallack Sarkis

Assessor da Presidência
Jonas de Carvalho

Conselho Fiscal
Osmar Fernandes de Souza

Antônio Luzia Borges
César Fernando Alves Abrantes

Suplente Conselho Fiscal
Sônia Maria Alves de Lima
Maycon César Inácio Abrantes
Mozart Eliziário da Cunha



Presidente

Bruno Siqueira de Freitas

1º Vice-Presidente

Marcos Moreira Abrantes

2º Vice-Presidente

Paulo Roberto Costa Docca

1º Diretor Financeiro

Leandro Schwartz Noel

2º Diretor Financeiro

Carlos Alexandre Machado Santos

1º Diretor Social

Daniel Rodrigues Cardoso

2ª Diretora Social

Fernanda Toniolo Lima

1ª Diretora de Mobilização

Thais de Oliveira Ferreira de Souza

2º Diretor de Mobilização

Lucas de Paula Ribeiro

1º Diretor de Sustentabilidade
Robert Souza

2º Diretor de Sustentabilidade
José Luiz Fagundes

1º Diretor de Comunicação
Thales da Silva Dias

2ª Diretora de Comunicação
Amanda França

1º Diretor Jurídico
Vítor Augusto Maldonado Pereira

2º Diretor Jurídico
Arnon Arbex

1ª Diretora de Capacitação
Laura Almeida de Castro

2º Diretor de Capacitação
Paulo Braga

Dir. de Franquia e Oportunidades
Paulo Ricardo Pereira

TELEFONES

Central/Atendimento ao Associado:

(24) 3344-8050

(24) 98125-9369

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE VOLTA REDONDA

SEDE: Rua Simão da Cunha Gago, nº19, Aterrado

Reconhecida de Utilidade Pública:
Lei Municipal nº 1381/76
Lei Estadual nº 1559/89

www.cdlvr.org.br
[/cdlvoltaredonda](https://www.facebook.com/cdlvoltaredonda)

DEZEMBRO CHEGA COM OPORTUNIDADES E REFORÇO DA CAMPANHA NATAL FAMÍLIA

*Gilson Ferreira de Castro



Poderia dizer que, enfim, chegamos a dezembro, mas concordo com o que ouço da maioria das pessoas: o ano passou voando. Chegamos ao último mês de 2019 com muitas expectativas de ver o país voltar a crescer. Vimos muitas mudanças acontecendo para que esse objetivo seja alcançado, como as reformas Trabalhista e Previdenciária, entre tantas outras, que estão aos poucos, dando mais fôlego às empresas, garantindo mais empregos e até ajudando a criar mais oportunidades de trabalho. E os dados são animadores.

Só este ano, foram criadas mais de 845 mil novas vagas até outubro. Volta Redonda liderou esse ranking no Estado do Rio, com um saldo positivo de 3.839 vagas. Os dados são do Caged (Cadastro geral de Empregados e Desempregados), do Ministério do Trabalho. Mais pessoal trabalhando, mais renda e mais capital girando na economia.

Outro dado positivo foi a redução da informalidade com a abertura de mais MEI's (Microempreendedores Individuais). Esse segmento cresceu 16,3% de janeiro a novembro deste ano e, atualmente, o município tem 14, 5 mil MEI's, conforme números do Portal do Empreendedor, do Governo Federal.

Todos esses números nos animam muito, porque mostram que a cidade continua crescendo, atraindo investimentos e com boas perspectivas para 2020. Mas para que possamos continuar nesse caminho de desenvolvimento, também precisamos voltar nossos olhos para os nossos negócios, cuidar deles com muita atenção, com planejamento e sem perder as oportunidades que surgem. E a prioridade agora, em dezembro, é aproveitar esse período de maior movimento nas lojas por conta do Natal e das festas de fim de ano, incluindo as confraternizações e troca de presentes com o tradicional Amigo Oculto, para fazer um belo gol em ven-

das. Por isso, é hora de fazer a nossa parte: decorar a loja, fazer promoções, oferecer melhores condições de pagamento e, acima de tudo, ter um algo a mais para conquistar o cliente.

Acreditando no grande potencial de atrair os consumidores, agregando benefícios para eles, a CDL de Volta Redonda mais uma vez está realizando uma grande campanha: o Natal Família, que só está sendo feito na nossa cidade, valorizando o nosso comércio de bens e serviços. A campanha este ano vai sortear 50 prêmios, entre eles, um carro zero quilômetro. A campanha é comemorativa também aos 50 anos da entidade. Uma iniciativa que incentiva os consumidores a comprarem nas lojas participantes e concorrerem aos sorteios.

Uma das novidades é que os vales-compra que serão sorteados ainda vão retornar para o comércio. Nesta edição, você vai encontrar todos os detalhes dessa grande campanha que, no total, vai sortear R\$ 60 mil em prêmios. E temos a certeza de que o Natal Família contribui e, muito, para alavancar as vendas de Natal. Nosso feedback de quem adere é sempre muito positivo. E, com certeza, será mais uma vez um grande sucesso.

Sim, chegamos a dezembro, com muita esperança, muito trabalho e com muita vontade de virar o ano, ainda muito mais otimistas, e com bons resultados. E a CDL de Volta Redonda continua de portas abertas para você, lojista e prestador de serviço, associados ou não, além dos nossos parceiros e colaboradores, para que possamos crescer sempre juntos. O nosso muito obrigado a todos que caminharam conosco em 2019 e esperamos estar ainda mais unidos em 2020. Aproveito para desejar a todos um excelente mês de dezembro, com vendas acima das expectativas e ótimas notícias.

Um Feliz Natal e um excelente Ano Novo a todos!

Gilson Ferreira de Castro
Presidente da CDL de Volta Redonda

IMESA CONTÁBIL

EM NOVEMBRO DESTACOU O eSOCIAL

Nos dias 12 e 13 de novembro, foi realizado o 19º encontro Mesa Contábil no auditório da CDL-VR. O objetivo desse projeto é abrir diálogo sobre as atualizações contábeis e tirar as dúvidas dos profissionais da área quanto à aplicação das novas regras fiscais. O curso foi gratuito e teve como tema “eSocial – Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas”.

Os principais pontos da palestra foram as perspectivas de simplificação que a nota 15 do Comitê Gestor do eSocial vai trazer para o processo das informações trabalhistas. “Para o contador, é extremamente importante participar desses eventos, porque é uma oportunidade de se manter atualizado. Especialmente, porque o volume de informações contábeis é muito grande. Se manter em dia quanto a elas, é essencial para atender ao cliente”, disse a consultora e palestrante Cândida Machado.

Giselle Confort, da delegacia de Volta Redonda do CRC-RJ (Conselho Regional de Contabilidades do Estado do Rio de Janeiro), também falou sobre a importância do Mesa Contábil. “Somente em Volta Redonda no ano de 2019, em parceria com a CDL-VR, foram realizados sete cursos com a



Mais um Mesa Contábil de sucesso

presença de mais de 400 profissionais de contabilidade e associados da CDL. Todos os projetos e iniciativas de capacitação profissional do CRC-RJ somados, em conjunto com o Sistema CFC/CRCs, buscam reforçar a importância da ética e da educação preventiva no que diz respeito ao mau exercício da profissão, além de preparar os profissionais para trabalharem com as constantes mudanças da legislação tributária”.

O diretor de Desenvolvimento Econômico e Tributário da CDL-VR, Evandro Queiroz, idealizador do projeto, também fez um balanço das atividades realizadas, ressaltando o compromisso da instituição em oferecer capacitação para os contadores e informar também os empresários sobre a legislação vigente. “Nosso compromisso, enquanto CDL, é manter nossos associados e parceiros sempre bem informados e esclarecidos para que não caiam em armadilhas fiscais, principalmente, por desconhecimento das leis que regem o fisco. Por isso, o Mesa Contábil ajuda a esclarecer o que muda, qual o melhor regime para cada segmento, contribuindo para que o contador possa prestar o melhor suporte para seus clientes”, afirmou.



PRECISOU, FALE CONOSCO!



CANAL DE ATENDIMENTO



24 98125-9431



ITALKSHOW DO SEBRAE FOI SUCESSO

O Sebrae Médio Paraíba realizou no dia 4/11, o “Talk: Empreendedorismo e Inovação”, no Hotel Bela Vista. A programação contou com Camila Farani, um dos tubarões do Shark Tank Brasil e Ladmir Carvalho, empresário da AlterData, uma das maiores empresas de tecnologia do País. O evento atraiu centenas de pessoas, empresários, microempreendedores e autoridades da região. O presidente da CDL Jovem, Bruno Freitas, participou do encontro.

Segundo ele, a iniciativa reuniu empreendedores de sucesso que contaram suas histórias e falaram sobre como utilizaram a inovação como diferencial competitivo em seus negócios. “A CDL de Volta Redonda foi parceira do evento e os associados da entidade tiveram descontos no ingresso, oferecendo uma oportunidade única de acesso a experiências bem-sucedidas, com cases inspiradores. É muito bom ter um evento desse nível na cidade, porque, com a rotina corrida, se deslocar ou pa-



gar muito caro para ir à capital assistir palestras como essa, é quase inviável. Quando temos um evento grande destes, é importante, para quem deseja ver seu empreendimento crescer, participar e tirar ideias para seu negócio”, comentou.

NOTA

ALTERAÇÕES NA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

Foi publicada, no DOU de 12/11/2019, a MP nº 905/2019, que dentre suas disposições, extingue a contribuição social, a partir de 01/01/2020, prevista no artigo 1º da Lei Complementar nº 110/2001.

A contribuição social foi criada para custear a atividade estatal, tratando-se do acréscimo de 10% sobre o recolhimento do FGTS, em

caso de dispensa sem justa causa, antecipação de contrato por prazo determinado e rescisão indireta, sobre o total depositado na conta vinculada do trabalhador.

A partir de 01/01/2020, o empregador retorna a pagar a multa rescisória de 40% sobre o saldo do FGTS, e não mais de 50%, em razão da extinção dos 10% em favor do governo.



- ✓ Legalização de empresas;
- ✓ Departamento Pessoal, Escrituração Fiscal e Contábil;
- ✓ Imposto de Renda Pessoa Jurídica e Pessoa Física;
- ✓ Assessoria nas áreas Contábil, Fiscal, Trabalhista;
- ✓ Planejamento Tributário;
- ✓ BPO Financeiro.

☎ 24 3345-4445

☎ 24 98823-4389

🌐 www.contabilidadereal.com.br

📍 Rua Desembargador César Salamonde,
376, Aterrado, Volta Redonda

CDL-VR PRORROGA DESCONTOS PARA EMISSÃO DE CERTIFICADOS DIGITAIS

MODELO A1 CNPJ



ASSOCIADOS CDL-VR
POR APENAS R\$

129,90

NÃO ASSOCIADO CDL-VR **R\$179,90**

A CDL-VR (Câmara de Dirigentes Lojistas de Volta Redonda) tem uma boa notícia para as empresas, que precisam renovar ou emitir novos certificados digitais no modelo A1 CNPJ. A campanha “Certificado Digital Black Novembro”, que baixou o preço do documento eletrônico vai continuar em dezembro. Com a promoção, esse modelo para associados, continua com o valor de R\$ 129,90, e, para não associados, R\$ 179,90. A decisão de manter preços menores foi por causa do sucesso da campanha em novembro. Ao final da promoção, os associados da CDL-VR vão continuar com condições especiais no preço da certificação digital.

Para obter a certificação com esses descontos, é só comparecer à sede da Câmara de Dirigentes Lojistas de Volta Redonda, na Rua Simão da Cunha Ga-

go, número 19, no bairro Aterrado. Fora da campanha, o valor normal deste modelo de certificação é de R\$ 182,75, para associados; e de R\$ 193,50, para não associados. O A1 CNPJ, o arquivo digital é gerado e armazenado no próprio computador do usuário, com validade de um ano.

Aproveitando a comemoração aos 50 anos da CDL-VR, o presidente Gilson de Castro, resolveu, junto à diretoria e ao setor administrativo, estender por mais um mês a campanha, entendendo, também, a necessidade à adequação do serviço de certificação digital por parte do lojista e cumprindo com o compromisso de facilitar a vida das empresas que, no fim de ano, têm muitas despesas extras, como pagamento do décimo-terceiro salário, por exemplo.

“Neste ano, em que completamos o nosso jubileu de ouro, nada melhor do que buscar

alternativas que vão ajudar aqueles que são o motivo pelo qual nós realizamos o trabalho: a classe de lojistas. Portanto, teremos mais um mês de Black Friday para a certificação digital, aproveitando a grande procura por parte dos empresários a este projeto”, disse o presidente.

O certificado digital é um arquivo eletrônico que serve como identidade virtual ou assinatura digital para uma pessoa física ou jurídica. Com ele, é possível fazer transações pela internet com garantia de autenticidade e com toda proteção das informações trocadas. Hoje, várias transações pela internet só podem ser feitas usando a certificação digital, principalmente, junto à Receita Federal e bancos, por exemplo. Para mais informações, é só entrar em contato pelo telefone: 3344-8050 ou 3344-8059.

ACESSE NOSSO CANAL

www.youtube.com/cdlvoltaredonda



A CDL-VR
AGORA ESTÁ NO



PRESIDENTE BRUNO FREITAS PARTICIPA DE REUNIÃO DA CDL JOVEM NACIONAL



O presidente da CDL Jovem de Volta Redonda, Bruno Freitas, participou da reunião da CDL Jovem Nacional, que foi realizada em Manaus, na Amazonas, de 6 a 10 de novembro. Ele foi representando o coordenador da CDL Jovem do Rio de Janeiro, Rodrigo Arbach. A reunião teve o objetivo de realizar um planejamento das ações da CDL Jovem em todo o Brasil para o próximo ano, como os tradicionais DLI (Dia da Liberdade de Impostos) e a Convenção Estadual.

Além da reunião, a organização preparou visitas técnicas ao distrito industrial, exército a Porto, para que os participantes

conhecessem o estilo de vida e mercado da região. Eles ainda fizeram visitas guiadas em várias partes da Amazônia, onde puderam conhecer um pouco mais da cultura local e das tribos indígenas, entre outras atividades.

“Durante esses dias, pude conhecer um pouco mais do mercado varejista de Manaus e de várias outras regiões do Brasil. Voltei com bastante informação para passar aos diretores para movimentar ainda mais nosso varejo. Além disso, a experiência pessoal foi incrível, uma oportunidade única de conhecer mais o Brasil e sua diversidade cultural. Foi animador!”, afirmou Bruno.



RESERVAMOS ESTE ESPAÇO ESPECIALMENTE PARA SUA EMPRESA!

Anuncie Aqui

comercial@cdlvr.org.br / (24) 3344-8050





MAIS PARCEIROS 10 CHEGAM NA CDL-VR

A edição da revista **O LOJISTA** deste mês traz mais associados que aderiram ao projeto Parceiro 10, que tem como objetivo ajudar a divulgar as marcas participantes, que oferecem descontos para os associados, fortalecendo a imagem, com a chance da CDL de Volta Redonda.

INTSYS SISTEMAS

A Intsys Sistemas é uma empresa moderna, inovadora e especializada no desenvolvimento e integração de sistemas para o gerenciamento de informações para a classe contábil e empresarial. “Escolhemos Volta Redonda como a nova sede da empresa com a proposta de soluções práticas para unir a tecnologia com a criatividade e entregar soluções personalizadas de acordo com o perfil de cada um de nossos clientes. Um produto de qualidade, com um custo amigável, e com melhor atendimento, se tornou nossa maior motivação dentro desse mercado.” disse Gabriela Maia, coordenadora administrativa da Intsys Sistemas.

Com foco em melhorias de seus produtos e serviços, a Intsys conta com profissionais que estão no mercado de desenvolvimento de software e em diversas áreas garantindo um desempenho e melhor resultado para o cliente. “Nosso principal seguimento é a especialização no desenvolvimento de softwares para classes empresariais e contábeis, desenvolvendo sistemas com foco em aumentar a eficiência e produtividade das empresas. Além disso, desenvolvemos ferramentas personalizadas sempre com o objetivo de expandir junto com nossos clientes, tendo como prioridade o melhor atendimento do setor e capacidade de soluções” explicou Gabriela.

De acordo com ela, a Intsys garante soluções seguras e eficientes para as empresas ao fornecer sistemas com recursos exclusivos. Da implantação do sistema ao funcionamento, a empresa conta com uma equipe especializada para atendimento, manutenção e atualização on-line dos produtos. “Temos um time de desenvolvedores, suporte e atendimento que atua de forma sincronizada, a fim de oferecer agilidade com as melhores soluções. A empresa tem como seu carro-chefe, desenvolvedores de sistemas, suporte técnico com conhecimento nas legislações e notícias do mercado contábil e empresarial, setor comercial, setor de qualidade e o setor administrativo que é responsável



pelo planejamento estratégico e pela gestão de pessoal onde atua com a liderança com a responsabilidade de gerir as atividades que são realizadas na empresa”, afirmou.

Ela disse ainda que todos os setores da empresa trabalham em sincronia, operando na sede em Volta Redonda. “Temos o melhor custo-benefício do mercado de softwares, além de ter a qualidade no atendimento com nossos clientes como nosso maior destaque diante dos concorrentes”, acrescentou.

SOBRE O PARCEIRO 10: “O parceiro 10 trouxe mais visibilidade para a empresa, porque são maneiras de divulgar a empresa em vários canais e esperamos alcançar ainda mais visibilidade através do programa”, disse Gabriela.

ORIGINAL HAMBURGUERIA

Desde um simples hambúrguer com pão, carne e queijo até os mais especiais feitos com filé, picanha e molhos mais trabalhados. Há quem troque um prato de comida, pelo popular “podrão”, apelido carinhoso dos sanduíches, e há ainda quem não consiga passar uma semana sem saborear um desses. O hambúrguer, sem dúvidas, é uma das paixões dos brasileiros e de muita gente pelo mundo afora.

Ele chegou ao Brasil na década de 50 e assim foi ganhando o paladar dos brasileiros, como é o caso da Hamburgueria Original que trabalha com vários tipos de lanches desde o famoso “podrão” até os lanches mais gourmet, que também vêm ganhando espaço nas lanchonetes especializadas nesses sanduíches.

“Trabalhamos com vários tipos de lanches, temos até lanche artesanal e ainda os que são vendidos em pratos, mas o de maior saída mesmo é o podrão, que é a febre da garotada, porque sacia



mais rápido e são mais baratos”, disse Marinete Dornelas, proprietária da hamburgueria.

Após dois anos da inauguração e a descoberta de novos formatos, a Hamburgueria Original apresenta um vasto cardápio de hambúrgueres e o que chama mais atenção são os acompanhamentos e ingredientes. “De bife à picanha, temos muitos ingredientes que fazem com que nossos hambúrgueres sejam bastante procurados e queridos pelo público, além de um preço que cabe no bolso”, completou Marinete.



SOBRE O PARCEIRO 10: “Estou sempre fazendo eventos na CDL e ainda sou cliente Sicoob, então pensei em aderir para já ficarmos mais próximos das atualizações que os dois proporcionam para melhor integração.”

ASSOCIADO, VOCÊ ESTÁ PRECISANDO

CONTRATAR UM COLABORADOR?

A CDL-VR REALIZA RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE CANDIDATOS PARA SUA EMPRESA. UMA PSICÓLOGA ESPECIALIZADA FARÁ TODA A DIFERENÇA NA ESCOLHA DOS MELHORES CANDIDATOS DE ACORDO COM O PERFIL DA SUA EMPRESA.

ENTRE NO SITE E CONHEÇA MAIS DETALHES

www.cdldr.org.br

OU PELO TELEFONE

(24) 3344-8050





VENDAS NO NATAL

DEVEM MOVIMENTAR

R\$ 60 BI

NA ECONOMIA, ESTIMAM

CNDL/SPC BRASIL

Mesmo com o orçamento apertado, a maior parte dos brasileiros não vai abrir mão de garantir os presentes de Natal. A data é a mais importante para o varejo tanto em volume de vendas quanto em faturamento. A conclusão é de uma pesquisa feita em todas as capitais pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil). De acordo com o levantamento, 77% dos consumidores devem presentear alguém no Natal deste ano, percentual próximo aos 79% que fizeram compras na data do ano passado. Isso significa que, acompanhando os passos da retomada gradual da economia no pós-crise, aproximadamente 119,8 milhões de brasileiros devem ir às compras este ano.

Considerando somente a aquisição de presentes natalinos, a injeção de dinheiro na economia deverá ser da ordem R\$ 60 bilhões no comércio e no setor de serviços, a cifra é próxima à soma do movimento estimado em datas como Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia dos Namorados e Dia das Crianças deste ano, o que ajuda a ter uma ideia da

magnitude da importância do Natal para a economia do país.

De acordo com a pesquisa, 17% dos consumidores ainda não decidiram se vão adquirir presentes e apenas 7% declararam abertamente não terem a intenção de presentear terceiros. Entre aqueles que não pretendem presentear no Natal, a principal justificativa é a falta de dinheiro (39%). Há ainda 15% de entrevistados que não têm o costume e outros 15% que estão desempregados.

Na avaliação do presidente do SPC Brasil, Roque Pellizzaro Junior, a pesquisa demonstra que a força simbólica e cultural do Natal se sobrepõe às adversidades que os brasileiros ainda lidam com as finanças pessoais. "O Natal é o período mais aguardado do ano para consumidores e comerciantes e dá indícios de que a disposição dos brasileiros para consumir está retornando, ainda que aos poucos. Mesmo que a recente liberação dos recursos do FGTS vá, principalmente, para o pagamento de dívidas, o comércio pode se beneficiar da medida para novas vendas, pois esses consumidores estarão recuperando seu crédito na praça. De modo geral, os

dados comprovam que o hábito de presentear nesta data é cultural entre os brasileiros e sobrevive mesmo quando há dificuldades econômicas", explica a Pellizzaro Junior.

37% dos consumidores acreditam que vão gastar mais com presentes deste ano. Ticket médio é de R\$ 125

Em média, os consumidores ouvidos pelo levantamento devem adquirir quatro presentes. Já o ticket médio, ou seja, o valor a ser gasto pelo consumidor com cada item comprado, será de R\$ 124,99, cifra que sobe para R\$ 143,26 entre os consumidores das classes A e B e cai para R\$ 119,11, entre os de mais baixa renda. Há, contudo, uma parcela considerável de 23% de consumidores que ainda não se decidiu quanto ao valor a ser desembolsado.

De modo geral, a maior parte (37%) dos consumidores acredita que vai gastar mais no Natal deste ano na comparação com 2018. A principal justificativa é o fato de terem economizado ao longo do ano e, agora, se sentem com mais liberdade para gastar (29%). Já 27% mencionam

o aumento dos preços, fato que acaba pressionando os gastos para cima e 26% que desejam comprar presentes melhores.

Os que vão diminuir os gastos na comparação com o Natal passado somam 22% dos entrevistados, motivados pela necessidade de economizar (38%), por estarem com o orçamento apertado (31%) ou por terem outras prioridades de compra (15%).

86% vão pesquisar preço e internet será principal ferramenta de comparação

Mesmo com a inflação controlada e abaixo da meta oficial, a maioria dos consumidores tem a impressão de que os preços estão maiores em relação ao ano passado. De acordo com a pesquisa, mais da metade (53%) acredita que os valores praticados pelos varejistas subiram neste Natal. Para 33% os valores estão na mesma faixa, enquanto somente 5% acreditam em valores mais baixos.

Na avaliação da economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, a percepção dos brasileiros sobre preços elevado está relacionada à dificuldade para lidar com o orçamento e manter as contas em dia. "A inflação tem se mantido em patamares baixos, mas o aperto financeiro e o desemprego elevado produzem uma avaliação mais negativa. Muitas vezes se desdobrando para honrar seus compromissos, o consumidor sente eu seu dinheiro não é o suficiente para quitar as contas e fica com a impressão de que os produtos e serviços estão custando mais caro, quando na verdade, o problema é a falta de renda", explica.

Quando falta dinheiro, uma boa estratégia para o orçamento render e garantir todos os presentes é fazer uma pesquisa de preço. O levantamento mostra que esse é um hábito comum para a maioria: 86% dos que vão

gastar no Natal pretendem pesquisar preços antes de concluir a compra contra apenas 6% que não veem importância nisso. Na busca por comparar as ofertas, a internet se mostra como a principal aliada, já que 80% vão usar sites e aplicativos para essa tarefa. Há ainda 70% que vão gastar sola de sapato para encontrar boas ofertas, seja caminhando por lojas de rua (45%) ou em estabelecimentos dentro de shopping centers (45%).

Roupas permanecem na primeira posição do ranking

Por mais um ano as roupas permanecem na primeira posição do ranking (58%) de produtos mais procurados para presentear no Natal. Em segundo lugar ficaram os brinquedos (40%). Também merecem destaque perfumes e cosméticos (34%), calçados (32%) e acessórios (25%). Livros (17%) e smartphones (14%) completam o ranking.

Na hora de receber os presentes, os mais lembrados serão as mães (48%), cônjuges (46%), filhos (40%) e sobrinhos (24%). No geral, o presente mais caro será destinado, sobretudo, aos filhos (27%) e às mães (23%). Quanto aos principais centros de compras, a pesquisa mostra que

as lojas de departamento mantiveram a dianteira e são a preferência de 41% dos consumidores, empatadas com as lojas online, que teve o mesmo percentual. Em terceiro lugar ficaram os shopping centers (37%), seguidos dos shopping populares (24%) e das lojas de rua (22%). De modo geral, considerando os que pretendem realizar compras on-line, 60% de todos os presentes serão comprados pela internet, um aumento de seis pontos percentuais na comparação com 2018.

O preço (54%) e as promoções (45%) figuram como os fatores que mais pesam na escolha do local de compra, segundo os próprios entrevistados. O atendimento também ganha importância, citado por 24%, mesmo percentual de quem destaca a variedade de produtos.

Metodologia

Foram ouvidos 686 consumidores nas 27 capitais para identificar o percentual de quem pretendia ir às compras no Natal e, depois, a partir de 600 entrevistas, investigou-se em detalhes o comportamento de consumo no Natal. A margem de erro é de no máximo 3,7 e 4,0 p.p, respectivamente. A uma margem de confiança de 95%.





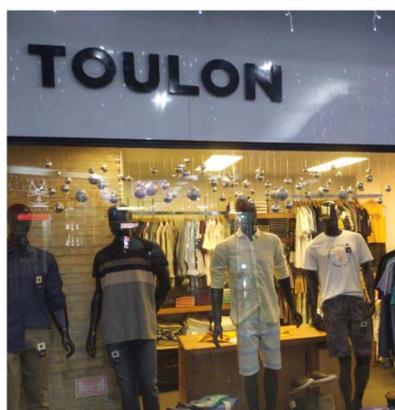
RENOVA EXPECTATIVA DOS COMERCIANTES

O ano de 2019 ainda não acabou, vem aí ainda o período das festas – Natal e Ano Novo – que agita a economia. E faltando menos de um mês para 2020, já existem projeções que animam os lojistas para o ano que vem. O status atual do cenário econômico brasileiro ainda é de recuperação, porém, segundo especialistas, a fase de transição, após diversas novas propostas do novo governo, ainda é vigente e deixa o comércio com esperança de um melhor resultado para os próximos anos, com as mudanças, como as reformas Trabalhistas e da Previdência.

O Jornal do Comércio, portal que atualiza as informações sobre o varejo do país, informou que a previsão dos economistas do mercado financeiro, na pesquisa Focus, é que em 2020, a balança comercial tenha um superávit de mais de R\$ 47 bilhões. O saldo positivo pode significar a recuperação do co-

mércio após alguns anos de dificuldade devido a crises passadas.

“Apesar de ter sido um ano complicado, não podemos desanimar. Ainda não tivemos muitos indícios, mas esperamos que o ano que vem seja melhor, que mantenhamos a boa expectativa para isso. Fazemos a compra adiantada e já estamos preparados para 2020. É muito importante ser assertivo nas compras para que não haja desperdício de mercadoria”, afirmou Eliane Campos, proprietária da Toulon.



Para a administradora da SuperLar, Ludimila Borges, no entanto, as vendas de final de ano geram uma reação que traz boa esperança para o ano que vem. “Esperamos que seja melhor, já sentimos a diferença agora em novembro e já estamos nos preparativos, sempre buscando inovação nos produtos e um preço acessível para conseguir atrair a clientela e ajudar nessa retomada”, disse.

E para quem pretende aproveitar a expectativa de alta e investir, listamos aqui seis tendências para o varejo, em 2020, trazidas pela revista Exame:

1. Compras com RA

O futuro é agora: Realidade Aumentada (RA), aprendizado de máquina e Inteligência Artificial (IA) estão aqui para ficar. Os varejistas estão aproveitando a tecnologia para preencher a lacuna entre o digital e o físico.

2. Personalização do produto

Os produtos únicos são um símbolo clássico do luxo: ter algo que mais ninguém no mundo tem. As lojas de comércio eletrônico estão oferecendo opções para personalizar sua compra, de monogramas bordados e esquemas de cores exclusivos. A personalização permite que compradores adquiram um produto adaptado especificamente às suas necessidades e estilo.

3. Pesquisa visual

Outra tendência de varejo movida a “IA”, a pesquisa visual, permite que os compradores encontrem um produto apenas tirando uma foto. A “IA” trabalha sua mágica para identificar o produto (ou similares) em vários sites com apenas um clique. O recurso Lens do Pinterest, por exemplo, usa a tecnologia “AI” e a câmera no aplicativo Pinterest para procurar pins visualmente semelhantes.

4. Experiências Omnichannel

O omnichannel é uma estratégia de conteúdo entre canais que as organizações usam para melhorar sua experiência com o usuário. Em vez de trabalhar em paralelo, os canais de comunicação e seus recursos de suporte são projetados e orquestrados para cooperar. A ascensão do omnichannel certamente continuará em 2020, então, os varejistas precisam oferecer uma experiência de compra consistente em todos os canais, tanto on-line quanto off-line.

5. Entrega no mesmo dia

No que diz respeito às compras on-line, parece que as expectativas dos clientes, quanto ao tempo de envio, estão cada vez mais rápidas. Primeiro, veio a entrega em dois dias, depois, no dia seguinte. Mas, na era da gratificação instantânea, os compradores desejam seus pedidos o mais rápido possível. Desde o Prime Air, da Amazon, que usa a tecnologia drone para entregar pedidos dos compradores em 30 minutos ou menos, até o surgimento de startups de robôs de entrega, a entrega está ficando cada vez mais rápida.

6. Compras sociais

O comércio eletrônico e as mídias sociais estão se entrelaçando. As postagens e as histórias do Instagram que podem ser compradas em lojas decolaram nesse ano. Sabemos que os consumidores são fortemente influenciados pelo que veem nas mídias sociais: poder comprar diretamente em sua plataforma social de escolha é o próximo passo lógico no comércio omnichannel.

CONHEÇA NOSSOS
ASSOCIADOS CDL-VR
QUE OFERECEM A
VOCÊ VANTAGENS!



Rod. dos Metalúrgicos,
nº2500 - Jardim Belvedere - VR

(24) 2102-7000



Rua Simão da Cunha Gago,
nº 19 - Aterrado - VR

(24) 3346-0897



Av. Nossa Senhora
do Amparo, nº2660
Voldac - VR

(24) 3323-3400



Rua 18B, nº45, sala 101
Vila - VR

(24) 3340-5861 - (24) 99916-0332



Av. Um, nº344
Jardim Vila Rica
Tiradentes - VR

(24) 99863-4568



PRODUTOS ESPECÍFICOS PARA O NATAL SÃO DESTAQUES DO COMÉRCIO NESTE FIM DE ANO

As lojas se preparam com a decoração toda em clima natalino, algo que já é esperado pelos clientes inclusive. Existem também alguns produtos que são típicos da data. Os próprios enfeites são exemplo disso e até comidas que podem ser consideradas típicas como o panetone, peru, bacalhau etc. É mais uma forma dos lojistas aproveitarem para vender mais.

O setor alimentício vende bastante alguns produtos clássicos para tão esperada ceia de natal. Alguns dos destaques do Royal Supermercado são as aves natalinas como peru e frango, bacalhau, tender, pão de rabanada, frutas cristalizadas, panetone e frutas como pêssego, ameixa, uva e melancia. É o que afirma a diretora de marketing da rede, Karolina Chokyu.



"A venda natalina é a maior do ano para os supermercados. O Royal tem tradição em datas sazonais, porque os clientes sabem que encontram tudo que precisam aqui. Somos um dos



maiores vendedores de panetone, aves e comidas natalinas do estado do Rio, superando até redes maiores", complementou.

É comum que as pessoas nessa festa presenteiem umas às outras. Uma das brincadeiras mais tradicionais neste período é o Amigo Secreto, onde é realizado um sorteio e os sorteados se presenteiam. Além de acontecer nas casas, muitos realizam festas também na empresa onde trabalham, escolas e diversos outros lugares. A ação gera movimentação dos clientes previamente.

A Imaginarium, loja que vende produtos personalizados, se prepara desde outubro para a data e aposta no Amigo Secreto para impulsionar as vendas.

"Nossa expectativa é alta, inclusive devido aos produtos diferenciados e novos que lançamos. Este ano temos os patine-



tes elétricos, bolsa térmica com caixa de som, churrasqueira, abridor de vinho, copos personalizados, carregador portátil e muitas outras novidades", disse o proprietário Gilson Ferreira.



Ele ainda complementou falando sobre a importância de fazer ações visuais com as decorações temáticas e na internet. "Como trabalhamos numa franquia, a administração cuida de todos os detalhes para deixar a loja bem decorada e nós aqui também complementamos fazendo toda a parte de atividade nas redes sociais, promovendo os produtos. Esse ano a expectativa é de que tenhamos aumento de 40% nas vendas", completou.

FÁCIL E RÁPIDO!
ACESSE O CONTEÚDO ON LINE
DESTA EDIÇÃO E EDIÇÕES ANTERIORES!



ÚLTIMO HAPPY HOUR DO ANO TEVE APRESENTAÇÃO DA CAMPANHA “NATAL FAMÍLIA” E MUITO MAIS

No dia 27/11, a Câmara de Dirigentes Lojistas de Volta Redonda (CDL-VR) realizou o último Happy Hour de 2019, recebendo no seu espaço de festas, associados e parceiros para confraternizar e falar um pouco dos projetos da entidade. O destaque da noite foi a apresentação da campanha Natal Família que, este ano, está sendo em duas etapas. A primeira, com a Black Friday, que aconteceu de 25 a 29/11, com sorteio de dez vales-compra de R\$ 1.000,00 cada. E, a segunda, agora em dezembro, com o sorteio de mais vale-compras e um carro zero quilômetro. Os detalhes da campanha podem ser conferidos nos sites natalfamilia.com.br e cdlvr.org.br e também nesta edição da revista O LOJISTA.



das de Natal, valorizando o consumidor com o sorteio de 50 prêmios. “Trouxemos a campanha de novo para Volta Redonda e optamos por 50 prêmios em homenagem aos 50 anos da CDL-VR. Somos gratos a todos os nossos parceiros e também ao comércio que abraçou a campanha. Temos certeza de que será um grande sucesso, porque estamos valorizando a nossa cidade, o nosso comércio, os nossos associados e os nossos consumidores”, afirmou.

mento importante foi a entrega do cheque simbólico pela CDL Jovem para a Apadem (Associação de Pais de Autistas e Deficientes Mentais), com a presença de representantes da entidade beneficiada pela 9ª Feijoada Amigo Solidário. Foi doado mais de R\$ 29 mil, valor líquido arrecadado com o evento. A entrega foi feita pelo presidente da CDL Jovem, Bruno Freitas. O cheque real foi entregue em outubro à instituição.



Ao final do evento, Gilson agradeceu a presença de todos, desejou um excelente 2020 e boas vendas neste mês de dezembro. “Começamos um ano cheio de esperança, tivemos muitas conquistas e vamos para o próximo, muito mais otimistas. Agradeço a minha diretoria pela parceria, aos diretores da CDL Jovem pela dedicação, e aos nossos associados e parceiros por mais essa caminhada. Que dezembro seja um mês de excelentes vendas, com o Natal e as festas de fim de ano. E que 2020 chegue trazendo dias muito melhores”, disse.



O presidente da CDL-VR, Gilson de Castro, agradeceu aos patrocinadores da campanha, a Unimed-VR, Sicoob e Transporte Generoso, e também a todos os associados que aderiram a essa ação, que visa aumentar as ven-



Durante o Happy Hour, também foi falado sobre a redução do valor da certificação digital para os associados, numa promoção que começou em novembro e será estendida até este mês de dezembro. Outro mo-



CAMPANHA NATAL FAMÍLIA VAI SORTEAR



**39 VALES-
COMPRA
DE R\$ 500,00** + **01
CARRO
0KM COMPLETO**

Os consumidores que comprarem nas lojas participantes da campanha Natal Família já podem concorrer ao principal prêmio da campanha, um carro zero quilômetro, além de vales-compra de R\$ 500,00. A Campanha, que só vale para Volta Redonda, teve início com a Black Friday, na última semana de novembro, quando foram sorteados dez vales-compra de R\$ 1.000,00 cada um. A integração das duas campanhas foi uma inovação em 2019.

O objetivo da campanha voltar a ser realizada apenas na cidade foi uma forma encontrada pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Volta Redonda (CDL-VR) de fortalecer o comércio do município, prestigiar quem gera emprego na cidade e presentear quem escolhe Volta Redonda pa-

ra realizar suas compras. "Neste ano, a ideia foi garantir que o investimento realizado nas ações seja utilizado pelos associados, fazendo com que retorne também na forma de vale-compra para os lojistas. O consumidor ganha aqui e gasta aqui", comentou o presidente da CDL-VR, Gilson de Castro.

O associado, que aderiu à campanha, teve o direito a um kit para enfeitar sua loja e preparar o cenário como forma de incentivar o consumidor a comprar e ter o desejo de ganhar um dos 50 prêmios. Este ano, a quantidade de vales compra e do carro zero, faz uma alusão aos 50 anos da CDL de Volta Redonda. A segunda fase da campanha já se inicia neste mês de dezembro, onde serão sorteados vales-compra de R\$ 500,00 nos sábados de dezembro e, no dia 26, serão sor-

teados um carro zero quilômetro e vales-compra de R\$ 500,00.

O valor do kit também sofreu mudanças e está R\$ 100,00 mais barato este ano. "Vamos entregar ao final da campanha mais de R\$ 60 mil em prêmios, incluindo o carro zero quilômetro. Além da divulgação de toda a campanha nas mídias digitais, tevê, rádio e jornais. Quanto mais empresas aderirem, mais chances de atrair o consumidor, o que é muito bom para o lojista e para o prestador de serviços", acrescentou Gilson.

Para saber mais como participar ou tirar dúvidas, basta entrar em contato com a CDL-VR pelo telefone 3344-8050.



PERÍODO DA CAMPANHA

De 1º a 24/12

SORTEIOS

AOS SÁBADOS: às 12horas

07/12 10 VALES-COMPRA DE R\$ 500,00

14/12 10 VALES-COMPRA DE R\$ 500,00

21/12 10 VALES-COMPRA DE R\$ 500,00

SORTEIO

FINAL: às 17horas

26/12 - 09 VALES-COMPRA DE R\$ 500,00
- 01 CARRO 0KM COMPLETO

*Todos os sorteios serão na sede da CDL-VR, na Rua Simão da Cunha Gago, 19, Atterrado.

**ANOS
PRÊMIOS**

CDL
Volta Redonda

A CADA R\$ 60,00 EM COMPRAS
NAS LOJAS PARTICIPANTES DA CAMPANHA.

= 01 CUPOM

NUM TOTAL MÁXIMO DE 20 CUPONS POR COMPRA.



COMO O CONSUMIDOR PODERÁ PARTICIPAR:

FÁCIL E RÁPIDO



Comprando na lojas
participantes você
recebe um cupom.



Acesse o site
www.natalfamilia.com.br
e cadastre seus dados
uma única vez.



Cadastre o código
de cada cupom
no site.



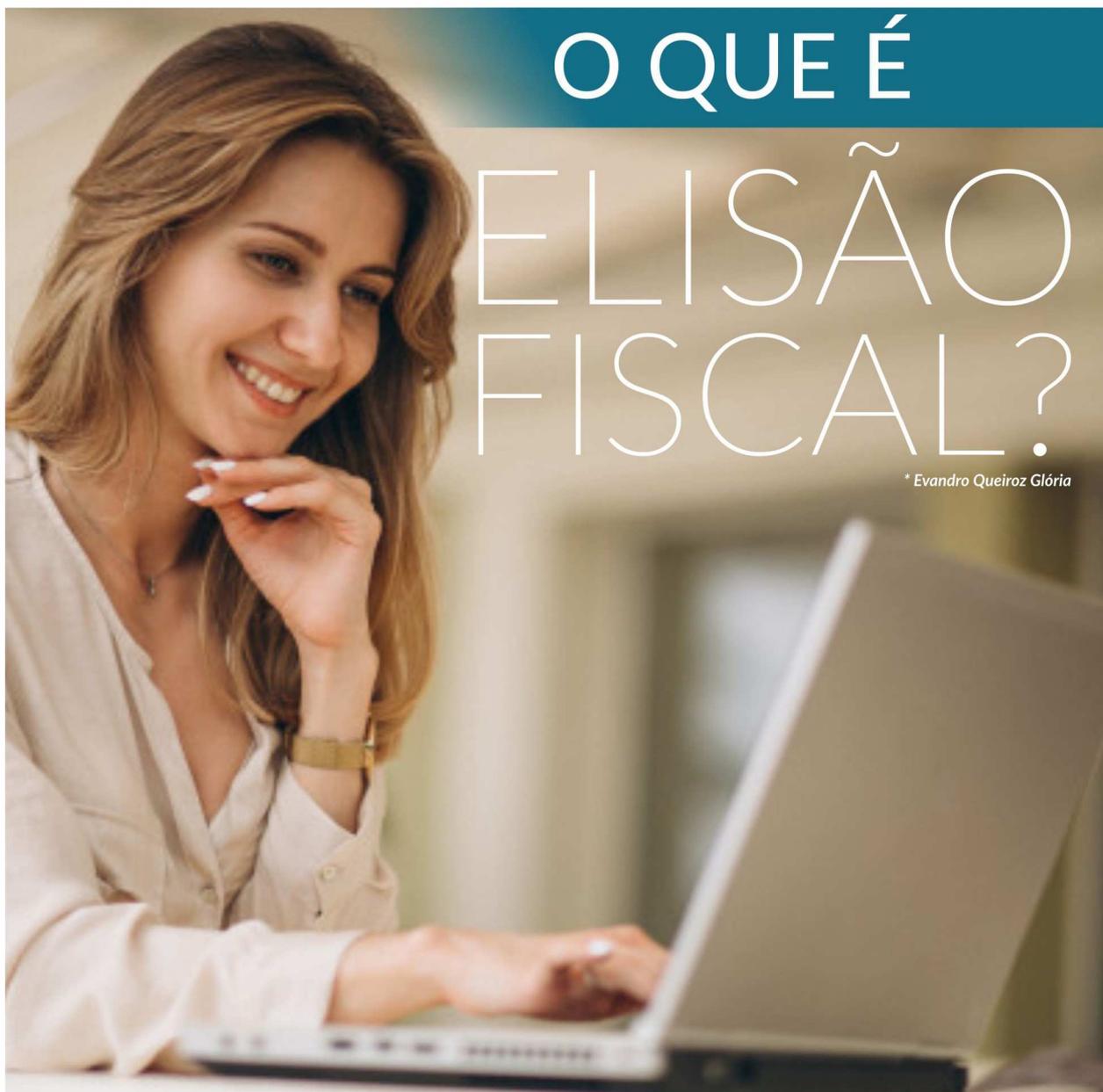
Pronto!
Você já está
participando da
promoção.

Realização



Patrocínio





O QUE É

ELISÃO FISCAL?

* Evandro Queiroz Glória

Elisão fiscal é uma prática contábil que permite adequar uma empresa ao formato mais vantajoso de pagamento de impostos, sem que para isso cometa qualquer ilegalidade. A sua forma clássica atende também pelo nome de planejamento tributário momento no qual é definido o regime adotado para o recolhimento dos tributos.

Há basicamente duas formas de uma empresa pagar menos impostos: através da evasão fiscal e da elisão fiscal. A primeira delas é a popular sonegação, que é crime. Isso significa que deixar de recolher um tributo ou fazê-lo parcialmente, ainda que não seja intencional, fere a lei, dá multa e pode levar o empresário à cadeia.

Já a elisão fiscal tem tudo de intencional, mas nada de ilegal. É na verdade uma gestão tributária inteligente, uma técnica para pagar menos impostos que depende do completo entendimento da le-

gislação correlata. Assim, sempre que a lei oportuniza a economia com tributos, a empresa aproveita. Outra diferença entre evasão e elisão fiscal está no momento da ação. Enquanto as práticas de elisão são adotadas antes da ocorrência do fato gerador da obrigação tributária, a sonegação costuma ocorrer depois, como ao não declarar venda ou não emitir nota fiscal - ato comum na prática de "caixa dois".

MINHA EMPRESA PODE PRATICAR ELISÃO FISCAL?

A sua empresa não só pode como é possível que já esteja utilizando esse recurso. Aliás, é desejável que esteja. Adotar elisão fiscal significa seguir as melhores práticas de gestão tributária, se valendo de permissões da lei ou omissões dela para reduzir o peso dos impostos no orçamento.

Mas como você já deve ter percebido, não é uma área pela qual um empreendedor comum pode se aventurar sozinho. Um bom planejamento tributário depende da presença de um profissional contábil, seja como profissional contratado ou terceirizado. O profissional de contabilidade está habilitado e é detentor de conhecimentos técnicos que colaborará com o estudo tributário mais adequado para seu cliente.

Se você tem esse tipo de apoio na gestão, como lembramos há pouco, é possível que a sua empresa já esteja se valendo da elisão fiscal e pagando menos impostos, ainda que você sequer perceba isso.

Por outro lado, se ainda não compreendeu o valor da contabilidade, não é indicado que se arrisque na linha tênue que separa a elisão da evasão fiscal.

O domínio sobre o tema e a legislação aplicável a cada imposto é fundamental para alcançar uma economia efetiva.

Caso contrário, você corre dois riscos com boas chances de se concretizarem: adotar um caminho errado e acabar pagando mais impostos, ou infringir a lei e ter que arcar com todas as consequências desse ato.

EXEMPLOS DE ELISÃO FISCAL NAS EMPRESAS

A elisão fiscal pode se dar tanto por apoio da própria lei, quanto de brechas nela. No primeiro caso, há um estímulo legal para que as empresas façam escolhas mais vantajosas para elas do ponto de vista econômico.

O clássico exemplo é a escolha do regime tributário. Se você tem uma pequena empresa, é bastante provável que considere o Simples Nacional como a melhor opção para economizar com impostos. E essa é uma decisão quase automática, tomada por vezes sem analisar a própria realidade do negócio.

Um contador atento, contudo, pode olhar para suas informações e perceber que a sua atividade se beneficiaria de outro regime, como o Lucro Real ou o Lucro presumido. Inclusive, se você é um prestador de serviços que integra o atual anexo V da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, há boas chances de isso acontecer.

Nessa situação, a escolha pelo Simples só se justifica caso a folha de pagamento corresponda a pelo menos 40% ou mais do faturamento. Do contrário, quem tem menos funcionários acaba pa-

gando uma contribuição previdenciária maior que a devida, considerando que o tributo vem embutido na alíquota única que incide sobre as receitas. Vale lembrar que a escolha do regime tributário ocorre a qualquer tempo, na abertura da empresa, ou na janela de janeiro, mês no qual um negócio já existente pode modificar o formato de recolhimento de impostos.

Já quando a legislação é omissa, a empresa pode no máximo ser acusada de inteligência na gestão, não de ilegalidade. Conforme seu ramo de atuação, há brechas que permitem pagar menos impostos pela simples escolha do local de instalação.

Mas como você saberia disso tudo, não é mesmo? É por isso que a presença de um contador auxiliando a sua empresa é tão importante. Diferente de você, que entende muito da operação, mas pouco de contabilidade e tributos, esse profissional é o especialista. É a pessoa perfeita para aproximar seu negócio da economia com a elisão fiscal.

NÃO TEMA A ELISÃO FISCAL

Neste artigo, vimos que a elisão fiscal não tem nada de ilegal e não guarda relação alguma com a sonegação. Assim, a proximidade com o termo evasão fiscal acaba na semelhança entre os nomes, pois são condutas separadas entre o lícito e o ilícito.

Pagar menos impostos não é errado, não afeta a sua ética, não é imoral, nem ilegal. Só será assim se houver desvios na lei, como acontece nas práticas de caixa 2, tão faladas atualmente em razão de escândalos envolvendo nossas instituições.

É importante reforçar esse ponto, para que você não tenha receio de pagar menos impostos na sua empresa se o fizer dentro da lei. Mais uma vez, incentivamos que tenha o contador ao seu lado, para que essa decisão seja tomada a partir de critérios técnicos, tendo como base a sua própria realidade.

A presença do profissional de contabilidade é importante também para garantir que, se algo mudar na lei e uma conduta deixar de ser lícita, não seja mais adotada pela sua empresa, em Volta Redonda temos profissionais Contábeis competentes para uma orientação tributária em conformidade com as normas tributárias legais.

* Evandro Queiroz Glória é contador e diretor de Desenvolvimento Econômico e Tributário da CDL-VR

ELISÃO SIM, SONEGAR JAMAIS. ESSE É O ESPÍRITO!

FÉRIAS E VERÃO

ABREM ESPAÇO PARA MODA PRAIA



A contagem regressiva para o verão já começou e o mercado da moda já está preparado para a estação que ajuda a alavancar as vendas neste último trimestre do ano. As marcas também estão atentas para o consumo que vai além dos biquínis como as saídas de praia e outros acessórios. Quando os meses mais frios dão adeus, os consumidores já começam a se preparar e renovar o guarda-roupa, porque é a hora de colocar as peças de praia e curtir as cores da estação.

Essa fase projeta um final de ano mais florido e aquecido nas vendas do comércio e varejo dentro da economia brasileira. Os itens preferidos para essa temporada são geralmente as mesmas peças do ano anterior, porém, com outras estampas, detalhes que marcam as roupas de banho mais despojadas e os acessórios. Assim como biquínis e maiôs, alguns itens são queridinhos das brasileiras para usar nas praias, cachoeiras e piscinas, como os chapéus. Além dele, pode-se dizer que uma das apostas dos consumidores também são blusas leves e esportivas e de preferência a de cor clara.

“O biquíni tomara-quecaia está muito em alta neste verão e podemos dizer que as cores básicas e estampas geométricas estão com tudo neste fim de ano. O que também está virando uma tendência é o hot pants, um biquíni mais alto na cintura, muito usado para substituir o famoso maiô. Mas como sempre tem aqueles que nunca saem de moda, o maiô de recorte, que muitos chamam de engana mamãe, também está tendo saída alta aqui da loja”, explicou Priscila Miranda, secretária da loja Ki Meias.

Outra novidade do setor promete abrir espaço para o minimalismo. Se o ano de 2019 foi marcado por uma verdadeira febre de peças trazidas diretamente dos anos de 1980, com biquínis em neon, modelagens asadelta e óculos de sol coloridos, o

verão de 2020 deve ser mais neutro.

Uma pesquisa feita pela Revista Tendências mostra que 63% dos brasileiros se preocupam com moda ao comprar roupas e sapatos para as novas estações e 41,9% aproveitam promoções e condições de pagamentos facilitadas para renovar o guarda-roupa praiano. Dado que reforça a procura por essas peças neste período do ano, uma vez que muitas pessoas passam as festas em locais com praia, cachoeira ou piscinas, como em janeiro, onde muitos viajam de férias para curtir cidades litorâneas.

A Ki Meias é um bom exemplo de lojas que sempre se adaptam com as tendências da moda a cada ano. A loja, que já trabalha com acessórios, já convencionais do verão, conta também com chapéus, saídas de praia e bolsas.

Acompanhado do bom desempenho do mercado global de moda praia, que atinge a cifra de US\$ 12 bilhões por ano, aproximadamente. O Brasil lidera o ranking como o país que mais consome moda praia no mundo, segundo o Global Market Review of Swim wear and Beach wear.

Priscila também conta que já percebe as vendas aumentando com esse início de fim de ano e ainda fala sobre peças que podem ainda entrar na moda. “As vendas já começaram a subir nesta reta final do ano, dá para notar que o público está indo atrás da nova linha que a moda está ditando, um exemplo disso é a venda do biquíni cropped que faz imitação ao cropped que já estamos habituados a ver nas ruas”, afirmou.



ACQIO TRAZ UM SERVIÇO DIFERENCIADO NO SETOR DE MÁQUINAS DE CARTÃO

O mundo tem se tornado cada vez mais prático e rápido, principalmente, quando se fala em meios de pagamento. Dados divulgados este ano pelo SPC Brasil mostram que em 2018 os brasileiros movimentaram mais de R\$ 1 trilhão utilizando cartão de crédito. Estudioso do mercado, Rodrigo Lessa, proprietário da franquia ACQIO, em Volta Redonda e região, enxergou uma possibilidade de expansão do mercado e inovação do meio, em novembro de 2015. Nesses quatro anos, foi construindo sua base de clientes e se fortalecendo a cada dia, acompanhando o crescimento do mercado de máquinas de cartão. E hoje é uma das empresas que trabalham neste ramo.

O LOJISTA: O que te motivou a investir nesta área?

Rodrigo Lessa: Acreditei que seria importante para o ganho das empresas, especialmente, porque o conceito antigo era o de máquina de aluguel e inovamos. Viemos com essa nova perspectiva de trabalhar com a venda das máquinas, o que teve certa resistência no início, mas hoje tem uma aceitação grande. Após muito estudo do mercado finan-

ceiro, a percepção também da expansão do comércio em Volta Redonda, com cada vez mais lojas, a ACQIO uniu o útil ao agradável.

O LOJISTA: Quais os diferenciais da empresa?

Rodrigo: Nosso serviço é consultivo e presencial, ou seja, buscamos mostrar os benefícios da empresa e criar um relacionamento com o cliente, através do nosso atendimento personalizado com nossos franqueados que são responsáveis por atender aos clientes o mais rápido possível. A preocupação com a solidariedade faz parte da nossa vivência também, temos inclusive um projeto muito importante que é a "Maquininha do Bem", no qual, a ACQIO doa parte do próprio faturamento para ONG's, que ajudam pessoas de comunidades a terem um sorriso mais saudável.

O LOJISTA: Quais meios utilizados para a captação de clientes?

Rodrigo: No início, utilizei muito o meu relacionamento já estabelecido com comerciantes, até porque eu cresci no comércio, junto com meu pai. Precisávamos de formadores de opinião, então fui criando esta rede de

contato, oferecendo aos conhecidos e buscando indicação. Depois, fizemos propaganda no rádio e com a CDL, especialmente, no Parceiro 10. Enfim, fomos caminhando pouco a pouco, mas o destaque é realmente a indicação, os clientes gostam do serviço e do produto e acabam fazendo uma propaganda orgânica, pois já era uma necessidade delas que atendemos.

O LOJISTA: Quais os planos para o futuro?

Rodrigo: Como temos um sistema que muda muito rápido, as máquinas de cartão mudam seus sistemas de uma maneira muito dinâmica, estamos com novas propostas e uma delas é disponibilizar a função multilojista, na qual dentro de uma mesma maquininha você consegue fazer a administração de diversas empresas, sem a necessidade de ter uma máquina para cada. Isso funciona, por exemplo, em consultórios onde trabalham vários profissionais, pois usam uma máquina somente, mas com a divisão estabelecida para cada parte. Viemos com o sistema TEF integrado ao sistema de frente de loja, também o gerenciamento de vendas de cartão, pois poucos lojistas têm controle. Ou seja, ainda falta um maior controle para saber se o que vende está de acordo com o que recebe no banco depois.

O LOJISTA: Qual a importância da parceria com a CDL-VR?

Rodrigo: A CDL-VR tem um papel importante, pois tem um networking grande, possibilitando a aproximação com os empresários da cidade. Além disso, através do Parceiro 10, conseguimos descontos especiais aos associados, o que gera uma rede de contato que é boa para todos, todo mundo ganha.



PERÍODO DE FÉRIAS

É OPORTUNIDADE PARA VENDER MAIS

Para quem quer crescer cada vez mais e fazer uma forte movimentação de vendas, nenhuma oportunidade deve ser desperdiçada. A cada mês se tem um apelo para atrair clientes e vender mais. Depois das festas de fim de ano, uma boa janela de vendas são as férias escolares. Muitas famílias aproveitam esse período para realizar compras, seja para viajar, para se divertir e comprar material escolar, entre outros itens, visando o novo ano.

Além das papelarias, os setores de vestuário, alimentação, lazer e agências de viagens registram um aumento no movimento. A loja Espelho da Moda, que fica no Retiro, já sente a melhora no movimento e espera receber ainda mais clientes em dezembro e janeiro. "Nós estamos sentindo que o consumidor está mais animado e isso nos anima também. Agora com o 13º salário e com as férias, unimos o útil ao agradável,

já que as pessoas querem renovar o guarda-roupa, muitas vão viajar, portanto, querem comprar roupa nova e bonita. Estamos confiantes", afirmou Luiz Carlos Sartori, proprietário da loja.

Falando em viagem, as agências têm seu principal momento neste período. "Quem deseja viajar dentro do país, muitas vezes, fecha as viagens com três meses antes da data de embarque, mas sempre tem os que decidem de última hora, porque conseguem uma folga maior. Já as viagens internacionais, são programadas com pelo menos seis meses de antecedência. Neste período de fim de ano, de imediato, os destinos nacionais são os mais buscados, em torno de 70% do movimento da CVC Viagens. As praias do nordeste lideram o ranking de procura", afirmou Érika Lisboa, gerente de vendas da agência.

Para se ter uma perspectiva ainda melhor, o SPC Brasil a-



firma num estudo que 40% dos empresários pretendem investir nos próximos três meses. Entre esses que disseram que vão investir, 54% mencionaram que a finalidade será o aumento das vendas. Esses números reforçam a importância de se preparar bem para esta época e aproveitar.



Portobello shop

A casa da Portobello.

Av. Antônio de Almeida 398
Retiro - Volta Redonda
Tel.: (24) 3346 2420 / 3346 8171
98134 0408 (WhatsApp)

voltaeredonda@portobelloshop.com.br

CDL-VR APRESENTA BALANÇO DA CAMPANHA

NOME LIMPO  **CRÉDITO FORTE**



A campanha "Nome Limpo, Crédito Forte" registrou um aumento de 4% nas consultas ao SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) e ao Serasa, entre os dias 18 e 23/11, quando foi realizada. O objetivo da campanha foi incentivar a renegociação de dívidas em atraso entre consumidores e empresas, além de instituições bancárias.

O presidente da CDL-VR, Gilson de Castro, acredita que essas renegociações podem ajudar a melhorar o movimento das vendas agora em dezembro. Para ele, o pagamento do décimo-terceiro salário contribuiu para a quitação dessas dívidas.

"Boa parte desse dinheiro extra é usado para regularizar as contas atrasadas e, assim, quem estava inadimplente pode voltar a comprar a prazo. E como no fim do ano, os gastos são muitos, a

campanha ajuda nesse reequilíbrio financeiro tanto dos consumidores quanto das empresas que recuperam seu capital de giro", afirmou.

Para atingir esse objetivo, o comércio e as instituições bancárias da cidade também foram incentivados a oferecer uma melhor condição de pagamento dos débitos em atrasos, como descontos da dívida ou parcelamento.



"A campanha já é tradicional aqui na CDL-VR e vem ao encontro do trabalho da entidade de ajudar consumidores e lojistas do comércio local, fortalecendo a economia da cidade. Neste ano também, os lojistas foram solícitos na negociação", acrescentou.

A ação também teve como objetivo a recuperação de crédito para a campanha "Black Friday - Natal Família", que sorteou 10 vales-compra de R\$ 1.000,00 no sábado, 30/11.

DADOS SOBRE A INADIMPLÊNCIA NO PAÍS

Os dados do indicador do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) mostram que, em termos percentuais, 39,36% da população adulta, entre 18 e 95 anos, estão com o nome bloqueado para compras a crédito. Em Volta Redonda, esse

número gira em torno de 13%. "Embora ainda seja bem menor, o percentual ainda é preocupante, o que reforça a importância da campanha Nome Limpo, Crédito Forte", acrescentou Gilson.

No país, o número de pessoas inadimplentes passou de 59 milhões para 61,8 milhões segundo o Serasa, que aponta esse

número um recorde, ou seja, mais de 40% dos brasileiros estão com o nome negativado.

Apesar desse número alto, a renegociação de dívidas vem aumentando e chegou a crescer 4,3% neste ano, mas, em Volta Redonda esse número é maior: ultrapassa a casa dos 6%.

▶ startvr

EVENTO INCENTIVOU INOVAÇÃO EM TECNOLOGIA COM STARTUPS

No dia 26 de outubro, foi realizada a última etapa do evento Startvr no Hotel Bela Vista, em Volta Redonda. Esta parte do projeto contou com a presença de representantes das maiores empresas da região, como a Nissan e PSA, além de representantes de empresas líderes de inovação e desenvolvimento tecnológico como Fábrica de Startups, Microsoft entre outras.

Saúde Aqui, Cult, Holo-card, Ponto Zero e Ocorrência Aqui foram as vencedoras do projeto que foi realizado pela Prefeitura de Volta Redonda, por meio da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SMDET) em parceria com a Empresa de Processamento de Dados (EPD). Os temas abordados no evento foram todos voltados para melhorias que a tecnologia poderia fazer no futuro, entre eles, empreendedorismo e inovação, tecnologia e negócios.

Nesta última etapa, os competidores tiveram que enfrentar uma banca avaliadora



Fotos: Divulgação

que contava com a presença do prefeito Samuca Silva; o representante da Universidade Federal Fluminense (UFF); Júlio Cesar Andrade Abreu; do Sebrae, Nathália Malaquias; da Microsoft, Glauter Jannuzzi; e Anderson Moisés, gerente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL-VR).

A apresentação das empresas de startups foi feita em duas etapas, sendo a primeira a solução proposta, e a segunda, destinada a perguntas da banca. Após a apresentação de todas as oito startups, a banca se reuniu para avaliação e deliberação, quando cada avaliador atribuiu uma nota de 0 a 10 para cada

participante, levando em consideração critérios como aplicabilidade à administração, caráter inovador da solução, consistência do modelo de negócio, dentre outros.

O diferencial do evento deste ano foi a seleção de startups que serão “incubadas” pela EPD-VR. Entre os critérios escolhidos para a seleção estavam: melhor ideia, aplicabilidade e soluções para o setor público, que tem certa morosidade e burocracia em atender soluções tecnológicas para o governo, e as startups têm mais flexibilidade e dinamismo.

“Assim, elas conseguem atender mais rápido e resolvem problemas para a administração pública municipal. Validando essas soluções, elas conseguem aplicar isso no país inteiro, para qualquer órgão público. Com isso a EPD-VR tem direito a 2% de tudo que essas empresas arrecadarem durante a incubação”, explicou o diretor-presidente. A próxima edição do Startvr ocorrerá ano que vem.



NOVOS ASSOCIADOS



- ALEXSANDER FERREIRA DE FREITAS
- AREATEC TECNOLOGIA E SERVIÇOS
- CAROLINA VALENTE CENTRO DE ESTÉTICA
- CENTRO TÉCNICO VIVIANE FAGUNDES
- CINTIA PRESENTES
- DEC9 MARKETING E TECNOLOGIA
- DIFERENCIAL CRIATIVO
- FL SERVICE
- KI AROMA
- LOFERP
- QUIOSQUE MISTURA CLÁSSICA
- ÓTICAS GIFONI
- R MEDEIROS FLEX
- ROSI GIL BOUTIQUE
- SABOR DE VERÃO
- S C MENDONÇA COM. DE ROUPAS
- SERVIÇOS THULER
- TOP CRIS VIAGENS
- TOTTI TINTAS
- NOSSA ÓTICA
- NYCK

**POUPANÇA
PREMIADA
SICOOB 2019**
MAIS DE
**4 MILHÕES
EM PRÊMIOS***

A cada **R\$200,00** depositados,** você recebe um número da sorte para concorrer a prêmios incríveis.

rs 440 mil distribuídos em prêmios mensais
rs 940 mil distribuídos em prêmios semanais

4 prêmios de **RS200 mil*****
4 Hilux

22 HB20
11 motos
Honda

11 prêmios de **1 UP Move**
+ 1 kit casa nova



Imagens meramente ilustrativas.

Procure uma Cooperativa. Central de Atendimento: 0800 724 4420 | Seg. a sex. - das 8h às 20h
Ouvidoria: 0800 646 4001 | Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 045
Aterrado: (24) 3346 0897/ 3346 8860 | Retiro: (24) 3347 0597/ 3346 0570
Vila Santa Cecília: (24) 3340 5854

Para condições de participação, datas dos sorteios, descrição dos prêmios e demais informações, consulte o regulamento em www.sicoob.com.br/poupancapremiada2019
Promoção válida de 1/2/2019 a 31/12/2019 para pessoas jurídicas e físicas domiciliadas em território nacional, associadas ou não ao Sistema SICOOB, titulares de Contas Poupança ativas no BANCOOB. Para condições de participação, datas dos sorteios, descrição dos prêmios e demais informações, consulte o regulamento em www.sicoob.com.br/poupancapremiada2019.
Certificado de Autorização SFE nº 04.000928/2019. Imagens meramente ilustrativas. ***Os valores aplicados devem gerar incremento no saldo da Conta Poupança e permanecer aplicados até o final da promoção para dar direito de concorrer aos prêmios. ****Os prêmios, exceto bens, serão entregues em vales-poupança conforme descrito no regulamento.

SICOOB
Faça parte.

MERCADO VOLTADO PARA PETS AUMENTAM NO PAÍS

O mercado de petshop se mostra em grande expansão em território nacional. O Brasil ocupa o segundo lugar no ranking dos maiores mercados mundiais desse ramo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e ficando até à frente de França, Alemanha e Inglaterra. No Brasil, as lojas de pet ganharam um mercado próprio. Antes, produtos para animais domésticos, como cães, eram vendidos apenas em agropecuárias, mas com o a expansão desse mundo pet, esse tipo de comércio hoje vai além da venda de ração apenas. Uma pet, além de oferecer o serviço de higiene para cães, que inclui banho, tosa e corte de unhas, tem um mix de produtos bem variado, de acessórios e da própria alimentação dos animais de estimação.

O ramo tem uma grande demanda e também garantia de bons resultados. Porém, segundo quem investe nesse tipo de negócios, é preciso entender melhor como funciona o mercado, como a Aline Carmelini, que é sócia da Lourrana Teixeira, na Agro Pet – Vida Animal. Elas deixaram o emprego no setor administrativo nas empresas que trabalhavam e há três meses realizaram o sonho de ter o próprio negócio, abrindo uma pet shop.

“Além de amarmos os animais, vimos que é um mercado que teve um crescimento bem significativo nos últimos anos, aonde cada loja consegue ter sua particularidade e seu jeito próprio de trabalho conforme está instalada, ou seja, cada uma pode ser diferente da outra e assim gerando sucesso pra todos que estão dentro do ramo” disse Aline.

Segundo o Sebrae, o país tem um mercado de pet shop sólido o suficiente e que chega a fomentar uma quantia perto de 14 bilhões de reais e ainda cresce 17% ao ano. Esses dados se dão pela grande população de animais domésticos no país que passam de 100 milhões. Outra constatação é que os cuidados com os pets também mudaram: vão além da alimentação, banho e tosa.

De acordo com o Sebrae, os donos mostram-se cada vez mais preocupados com a estética e o bem-estar de seus animais. Por causa dessa procura maior, as lojas especializadas começam a trabalhar mais com as vertentes de serviços prestados aos animais. “Em janeiro, vamos oferecer o serviço de banho e tosa. No momento, vendemos todos os tipos de ração, cama, casinha e brinquedos com entrega grátis em alguns bairros. Mas



nosso campeão de vendas são nossas caminhas, casinhas e acessórios”, disse Aline.

Entretanto, mesmo com dados tão empolgantes, o sucesso ou fracasso de um empreendimento não se limita apenas à análise de demanda. Realizar um estudo de possibilidades é algo fundamental para ter certeza de que o investimento terá o efetivo retorno. O investimento inicial para um pet shop variará de acordo com os serviços oferecidos, com o tamanho e a localização do empreendimento, etc. Certamente, o atendimento e a qualidade dos produtos contribuem para o sucesso da loja, mas não só isso. Um ramo que lucre e ainda dê para ajustar conforme a tendência influencia muito o futuro do empreendimento, é o que conta Aline. “Escolhemos o ramo pelo leque de possibilidades que ele nos traz, podendo caracterizar a loja de forma ajustável com tendências, praticidades e qualidade de vida para os nossos amiguinhos. Focamos muito em atendimento e qualidade das rações que oferecemos aos nossos clientes, nos preocupando muito com a saúde dos nossos pets, procurando sempre trabalhar com rações de alta qualidade sem corantes e conservantes e atendendo uma linha life, sem transgênicos.” afirmou.



ALIMENTOS FITNESS SE MANTÊM EM ALTA PARA O VERÃO

A onda saudável vem mudando o paladar do brasileiro, segundo a Euromonitor Internacional - empresa de pesquisa de mercado que lança relatórios anuais sobre as principais tendências globais de consumo. Segundo o estudo, de 2014 até agora, o consumidor está muito preocupado com a saúde e com o que está ingerindo. Com isso, o ramo de alimentos saudáveis cresceu mais de 80% no Brasil, deixando o país em quinto lugar no ranking de vendas de alimentos e bebidas saudáveis, movimentando mais de R\$ 20 bilhões com exportações e importações.

E nessa linha, se destaca o que chamamos de comida fitness. Como é o caso da Chocotrev que aposta em shakes (bebidas) nutritivos que podem substituir uma refeição, ricos em proteínas. A empresa oferece um catálogo diversificado para a venda, dando ao cliente uma variedade de sabores. “Os produtos que vendemos alimentam porque tem proteínas, porém com calorias mais baixas, e ainda sim dão disposição corpórea. Com foco na alimentação, sem o consumo de alimentos gordurosos e com muito açúcar, é possível perceber em 15 dias uma diferença no corpo, com ganho de massa e perda de gordura”, disse Marcos Fernandes, gerente-sócio do estabelecimento.

O mercado estima que o segmento de bebidas com apelo



funcional cresça em torno de 15% em 2020. A perspectiva de melhora da economia e o potencial desse nicho de negócio devem impulsionar as vendas. Nos últimos dois anos, o mercado esteve mais focado em itens de necessidade básica, mas desde o final de 2017 há mais espaço para outros produtos no varejo como as específicas para atletas e competidores.

“Os produtos técnicos, que são os de linhas fitness, são para quem faz musculação, correr, jogar bola, ou seja, para quem se movimenta muito, que pratica exercício físico. No nosso espaço também temos um consulta com pesagem para saber qual é o produto indicado para o cliente, para que ele já veja o resultado o quanto antes, mas seguindo o cronograma e a orientação passada. Damos essa ajuda, mas o ideal é sempre ter o acompanhamento de um nutricionista, seguir a dieta que ele passou, mas quando o cliente não tem, orientamos também”, falou Marcos.

Segundo especialistas, o foco dos consumidores nesse tipo de alimento sempre é a perda de peso com menos sofrimento, usando a suplementação alimen-

tar como aliada para acelerar esse processo de perda. E esse benefício é um dos motivos que têm atraído muitos consumidores que antes não consumiam esse tipo de produto. “Todo mundo quer ficar em forma com a chegada do verão e para isso saúde e estética não existe crise. Antes tínhamos só um produto que já fazia o efeito desejado no cliente, mas hoje em dia, outros produtos foram entrando no cardápio e temos wafer, muffin, sopa, por exemplo. As pessoas gastam mais com interesse na boa saúde e, com isso, não poderíamos perder esse mercado que cresce cada vez mais. De olho nesse crescimento, aumentamos a variedade de nossos tipos de produtos, claro, sem deixar de perder o foco na ajuda da perda de peso”, completou Marcos.

Um diferencial do espaço fitness de Marcos Fernandes são as gincanas da saúde que fazem com que o consumidor participe e foque mais na dieta de modo leve e divertido. “Quem acessa o espaço e participa também dos nossos desafios fitness de quem perde mais peso em 15 dias, por exemplo, e isso faz com que o negócio fique legal e competitivo com premiações”, comentou.



NATAL JÁ MOVIMENTA COMÉRCIO

E DEZEMBRO CHEGA COM GRANDES EXPECTATIVAS

A Câmara de Dirigentes Lojistas de Volta Redonda (CDL-VR) estima que as vendas em dezembro, por conta das festas de fim de ano e, em especial, por causa do Natal, devem aumentar pelo menos 7% em relação a igual período no ano passado. Um pouco acima do que prevê a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), que apresentou os números esperados para este ano: aumentar em aproximadamente 5% em relação a 2018, o que representa uma arrecadação de R\$ 35,9 bilhões, número que só foi superado pela última vez em 2013 em todo o país.

Em Volta Redonda, essa expectativa é maior, segundo a CDL-VR, porque a cidade é referência regional em comércio, com mais de 8 mil estabelecimentos comerciais, atraindo consumidores de outras cidades do Sul do Estado, por ser um polo comercial, com um grande mix de produtos e serviços. E um grande reforço para aumentar o poder aquisitivo dos consumidores é o pagamento do décimo-terceiro salário.

O dinheiro extra, segundo o presidente da CDL-VR, Gilson de Castro, além de contribuir para quitação de dívidas em atraso, possibilita muitos consumidores pagarem à vista e conseguirem bons descontos. “Além dos presentes de Natal, já começam as confraternizações, amigo oculto. Estamos muito otimistas”, afirmou, reforçando a importância de as lojas também aderirem à campanha Natal Família, que este ano vai sortear um carro zero quilômetro, além de vários vales-compra para quem comprar nas empresas participantes da campanha.

Na Rilmo Calçados, loja tradicional do comércio de Volta Redonda, a gerente Rosângela Almeida afirma que a expectativa é que neste ano as vendas superem mesmo período do ano passado. “Nós reforçamos o estoque e fizemos as con-



tratações temporárias com cerca de um mês de antecedência ao natal. Estamos na torcida para que nossas vendas nos surpreendam”, disse.

A Laura Toys já está com as ações planejadas para o período. O segmento de brinquedos tem sido um dos destaques do cenário comercial de Volta Redonda e isso faz com que a loja se reinvente para atrair os clientes. “Nós realizamos alguns eventos na loja e ações específicas como sorteios. Trazemos o Papai Noel para as crianças e buscamos promover atividades para interagir também via redes sociais”, disse a proprietária Laura Lacerda.

Inspiradas também no espírito de solidariedade do Natal, muitas lojas aproveitam também o período para praticar o bem. “Nós faremos também a arrecadação de brinquedos para doar para instituições de caridade. Convidamos os clientes a doar brinquedos em ótimo estado ou comprar um novo para fazer o natal de mais crianças, feliz”, afirmou.



ALGUMAS DICAS IMPORTANTES PARA PROMOVER SEU NEGÓCIO NESTE FIM DE ANO. CONFIRA:

1 - Gerencie o estoque

Os indicadores do estoque da sua empresa dizem muito da gestão que você está dando para o negócio.

2 - Invista tempo no atendimento

Treine sua equipe de vendedores para que eles estejam munidos de todas as informações sobre os produtos da empresa. Independente da correria diária, o empreendedor deve dedicar alguns minutos para acompanhar os funcionários contratados recentemente.

3 - Agilize as operações

Durante as compras no final do ano, ter que lidar com clientes difíceis ou impacientes pode fazer parte da rotina. Por isso, é recomendável se atentar quando há um problema nas máquinas de cartão de crédito ou até mesmo na operação do caixa.

4 - Seja criativo nas promoções

A promoção ou a venda de combo de produtos similares são ações que contribuem para o aumento do ticket médio do consumidor.

Fonte: Revista Exame

CONFIRA ABAIXO OS HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO DO COMÉRCIO DE VOLTA REDONDA NO MÊS DE DEZEMBRO/19: Fonte: Sicomércio-VR

COMÉRCIO LOJISTA

1ª semana de 02 a 06	8h30min às 19h
2ª semana de 09 a 13	8h30min às 20h
3ª semana de 16 a 20	8h30min às 22h
Sábados 07, 14 e 21	8h30min às 18h
Domingos 08, 15 e 22	10h às 16h
Dias 24 e 31	8h30min às 18h30min

SUPERMERCADOS

Domingos 01, 08, 15, 22 e 29	8h às 20h
Dias 24 e 31	8h às 20h

*nos demais dias, horário de funcionamento normal, de 7h às 23 horas, de terça à sexta-feira, e, nas segundas, de 12h às 23h.

SIDER SHOPPING E PONTUAL SHOPPING

1ª semana de 02 a 07	9h às 22h
2ª semana de 09 a 14	9h às 22h
3ª semana de 16 a 21	9h às 22h
4ª semana dia 23	9h às 22h
Domingo 01	15h às 22h
Domingos 08, 15 e 22	10h às 22h
Dia 24	9h às 18h
Dia 31	9h às 18h

SHOPPING PARK SUL

1ª semana de 02 a 07	10h às 23h
2ª semana de 09 a 14	10h às 23h
3ª semana de 16 a 21	10h às 23h
4ª semana dia 23	10h às 23h
Domingo 01	11h às 23h
Domingos 08, 15 e 22	11h às 23h
Dia 24	10h às 18h
Dia 31	10h às 18h



REFORMAS AJUDAM A AUMENTAR VENDAS DO SETOR DE CONSTRUÇÃO NO FIM DO ANO

O fim de ano é um período no qual as pessoas sempre se preparam para receber a família e os amigos para celebrarem, especialmente, o Natal e Ano Novo. Para que as confraternizações aconteçam, muita gente aproveita para reformar a casa, na expectativa de renovar e melhorar o ambiente para esses momentos. Além das festas, um dos motivos para investirem nessas reformas no fim do ano é por causa da liberação de dinheiro extra como o pagamento do décimo-terceiro salário.

Esse pagamento é uma injeção de ânimo para o setor da Construção Civil, principalmen-

te, para as lojas que vendem material para a construção, que ficam na expectativa e se preparam para esse aumento no fluxo de clientes. Por conta disso, o segundo semestre se transforma em um dos períodos mais esperados para quem trabalha no setor. No último semestre do ano, é esperado pelo menos um crescimento de 6% no volume de negócios, segundo a Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção (Anamaco). A pesquisa ainda avaliou a expectativa dos lojistas para o fim de ano e o resultado mostrou que eles estão otimistas com o comércio neste período.

Aqui na região, o Casarão

da Construção já está com a expectativa alta, segundo o gerente Valério Rocha, "Estamos aguardando o aumento das vendas. O 13º salário ajuda bastante, porque os clientes aproveitaram para fazer as compras, especialmente, na segunda quinzena de dezembro, que é quando sentimos mais uma maior movimentação".

Em 2019, o crescimento nos últimos seis meses foi de 8,5% em relação ao mesmo período em 2018. Isso comprova a alta expectativa que a pesquisa da Anamaco mostrou e reflete na preparação das lojas de materiais de construção.

CUIDADOS COM O CORPO DEVEM SER REFORÇADOS NA ESTAÇÃO MAIS QUENTE DO ANO

Sol, calor, praia e piscina fazem parte do típico verão brasileiro. Mas justamente nessa época do ano, é preciso redobrar os cuidados: manter a hidratação em dia e evitar a exposição ao sol. Isso porque, se não tomados os devidos cuidados na estação mais quente do ano, aumentam as

chances de problemas na pele, micoses e desidratação. O excesso de sol pode provocar ainda queimaduras, contribuir para o envelhecimento precoce e doenças, como câncer de pele. Para te ajudar a ter um verão mais saudável, a Unimed de Volta Redonda tem algumas dicas. Confira:

- Use protetor solar diariamente, mesmo sem exposição direta ao sol. Nas crianças aplique protetor infantil;

- Use roupas que ajudem a proteger da radiação solar: camisas com proteção UV, roupas de manga longa, calças compridas, chapéus e óculos de sol;

- Tome sol até às 10h e após às 16h. E sempre com protetor solar.

- Seque-se com calma e dê atenção especial às áreas de dobras como axilas, dedos dos pés e virilha;

- Evite ficar com roupas molhadas por muito tempo, principalmente maiôs, biquínis ou sungas;

- Não ande descalço em vestiários, áreas de piscinas e saunas. Esses são os lugares favoráveis ao aparecimento de fungos que causam as micoses;

- Mantenha-se hidratado;

- Água, sucos naturais, chás e água de coco refrescam de maneira saudável;

- Faça refeições leves. Evite alimentos fritos e muito gordurosos. Invista em saladas, frutas e verduras e carnes grelhadas ou assadas.

Fonte: Unimed-VR

Crescendo para Cuidar + de você e sua família



As obras de expansão do Hospital estão a todo vapor!



Metragem total
14.400 m²



+ de 120 novos leitos
Totalizando 262 leitos



Ampliação da capacidade de atendimento em UTI
Neonatal e Pediátrica
de 10 para 20 leitos
Adulto de 21 para 30 leitos



Ampliação da capacidade de atendimento em Oncologia
De 10 para 20 poltronas
De 3 para 7 consultórios



Faça a leitura do QR Code e veja em detalhes o vídeo e as fotos do projeto!

Dr. Vitório Moscon Puntel
Diretor Técnico Médico
CRM-RJ: 5245657-0/RQE9540



EMPRESÁRIO,
CONHEÇA AS VANTAGENS DE SER
NOSSO ASSOCIADO



E VOCÊ JÁ RENOVOU O SEU
**CERTIFICADO
DIGITAL?**



SERVIÇOS



Sistema Nacional SPC Brasil, Acesso via Internet (sistema on line de consultas e registros) e URA (Unidade de Resposta Automática)



Através do Programa Capacitar, a CDL-VR e CDL Jovem têm como objetivo trazer mais conhecimentos e técnicas para os empresários de comércios de bens e serviços e seus funcionários.



Recrutamento e seleção de candidatos de acordo com o perfil de sua empresa.

NA CDL-VR VOCÊ TEM:

- ✓ Estacionamento próprio;
- ✓ Sala de atendimento exclusivo;
- ✓ Agendamento personalizado;
- ✓ Segurança nas transações eletrônicas;
- ✓ Liberação no mesmo dia .

SOLICITE UMA VISITA
E DESCUBRA O QUE A CDL-VR TEM DE MELHOR A OFERECER

É necessário agendar o atendimento
Horário de funcionamento: Segunda a Sexta - 08:30h às 17:30h (24) **3344-8052**

ESTRUTURA Salas de treinamento com equipamentos e estrutura de alta qualidade. Espaço para festas.



CONVÊNIOS E PARCERIAS



Descontos especiais em planos de saúde, plano odontológico, seguradora, faculdade e muito mais.

CANAIS DE INFORMAÇÃO AO ASSOCIADO

O Lojista

Revista "O Lojista" distribuída mensalmente, com as notícias voltadas ao empresário.



www.cdlvr.org.br



facebook.com/cdlvoltaredonda

SOLICITE UMA VISITA E DESCUBRA O QUE A CDL-VR TEM DE MELHOR A OFERECER

Rua Simão da Cunha Gago, nº19 - Aterrado - VR Tel: (24) **3344-8050** - www.cdlvr.org.br