O futuro do varejo é hoje

As transformações culturais e comportamentais têm impacto direto no varejo, que precisa atender às novas demandas

BATE-PAPO COM ARCIONE PIVA, NOVO PRESIDENTE DO SINDILOJAS POA • O QUE É METAVERSO? • DIVERSIDADE E INCLUSÃO NO VAREJO

Nº 154 • ANO XI
MARÇO/ABRIL 2022

CONEXÃOVAREJO

A REVISTA DO SINDILOJAS PORTO ALEGRE

Sindilojas RS
Porto Alegre
Sindicato do Sistema Comércio

GL
OB
AL

Quer melhores resultados para o seu negócio?

Associe-se e conte com benefícios exclusivos.

GARANTA BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS:

- Assessoria jurídica
- Medicina do trabalho
- Planos de saúde e odontológicos
- Plano diferenciado p/ o seu negócio
- Convênio com o Serasa

E muito mais.

A PARTIR DE

R$58,00

ACESSE E ASSOCIE-SE

sindilojaspoa.com.br

Sindilojas RS
Porto Alegre
Sindicato do Sistema Comércio

inspiração PARA transformar O VAREJO

O evento que é referência para o varejo já está bem próximo. Nos dias 24, 25 e 26 de maio acontece a 9ª FBV, que será em formato presencial. Programe-se para estar presente neste grande evento, que reúne players do mercado para debater os assuntos do momento, conhecer tendências em produtos e serviços, falar de evolução, de inovação e do futuro do varejo.

6
Especial
As transformações culturais e o futuro do varejo

10
Bate-papo
Arcione Piva, novo presidente do Sindilojas POA

12
Digital
Metaverso: você já sabe o que é e como ele funciona?

14
Capacite-se
Curso de Visual Merchandising e outros já programados

16
Na Prática
Diversidade e inclusão são demandas urgentes também para o varejo

18
Retail Connection
Os temas em destaque e as reflexões da NRF 2022

20
Fique por Dentro
Novidades no e-social

22
Inspiração
POA 250 anos: cuidar da cidade é tarefa de todos

VENHA FAZER PARTE DE UM AMBIENTE DE **INOVAÇÃO E COLABORAÇÃO.**

O Co.nectar Hub reúne iniciativas inovadoras e conecta empresas, startups e pessoas para o desenvolvimento dos negócios. Aqui, a criatividade, a troca de experiências e o conhecimento são estímulos constantes para a evolução do varejo.

- **Espaço compartilhado**
  Área de cowork + área de Eventos com 30 posições compartilhadas e palco para talks e painéis

- **Offices**
  Salas Bee Offices para o trabalho de times, com 8 posições

- **Salas de projetos**
  Salas Bee Digital e Bee Maker para desenvolver projetos, reunir os times e encontrar soluções ideais com parceiros de negócios

- **Estúdio digital**
  Para realizar fotos de produtos e live commerce que vão gerar os melhores resultados para o seu negócio

Além disso, você conta com:
Estrutura de som e imagem, mesas com tomadas, lockers, wi-fi liberado, espaço de descompressão, coffee e muito mais!

Faça reserva para você e sua empresa:

(51) 98136.4754

contato@conectarhub.com.br

Acesse o site e venha fazer parte da comunidade!
www.conectarhub.com.br

co.nectar hub

Sindilojas RS
Porto Alegre
Sindicato do Sistema Comércio

Missão cumprida

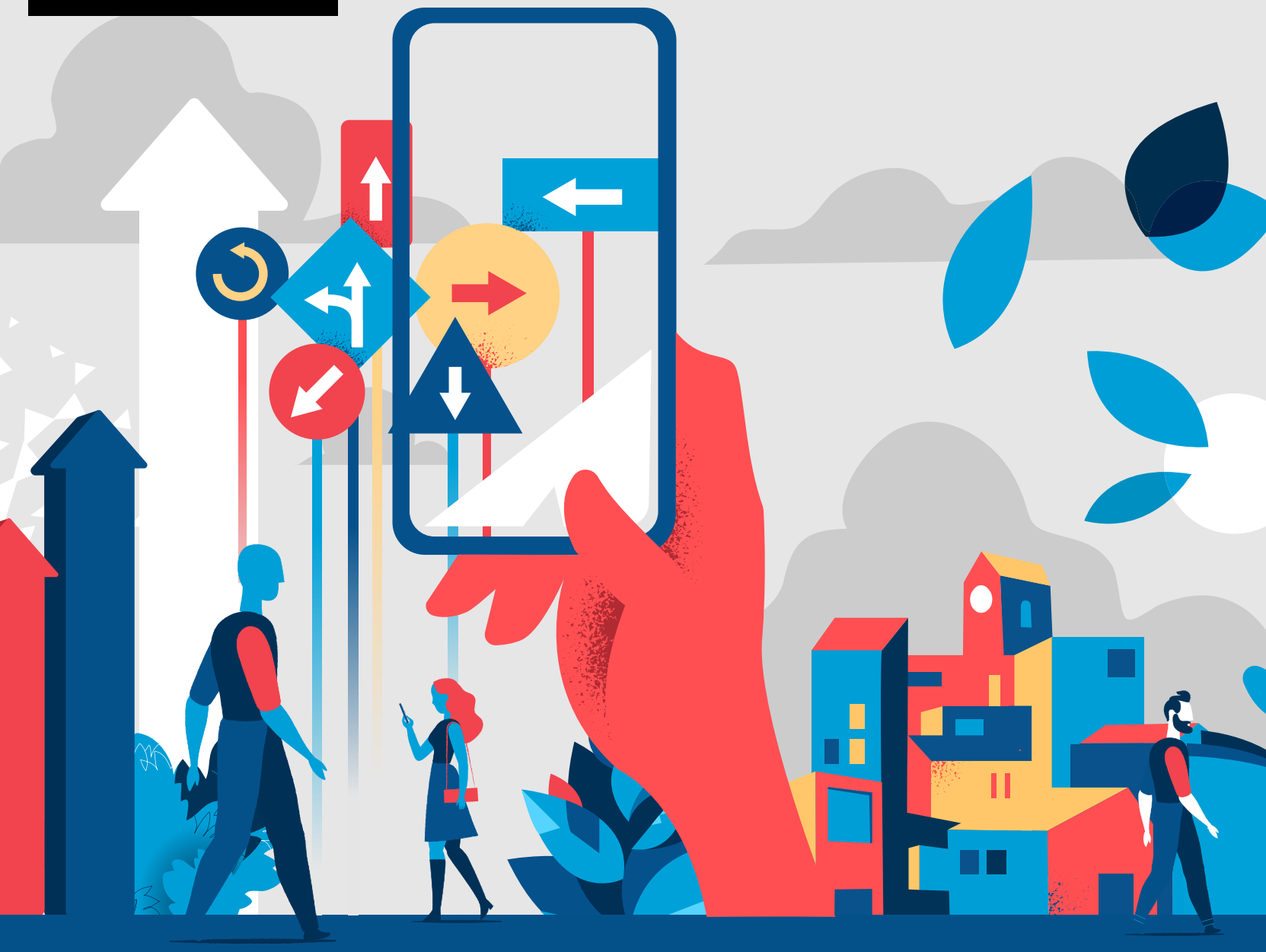
Neste mês de março encerro o período de oito anos em que exerci com muita honra e dedicação minha missão como presidente do Sindilojas POA. Durante essas duas gestões, muita coisa aconteceu no setor do varejo. Enfrentamos obstáculos complexos, obtivemos vitórias, nos deparamos com crises e ainda fomos surpreendidos por uma pandemia que marcou uma reviravolta na forma como lidamos com os nossos negócios. Os tempos difíceis foram muitos, mas quem esteve ao lado do Sindilojas POA com certeza encontrou nesta Entidade o apoio e a motivação necessários para seguir em frente. Deixo a presidência com a sensação de dever cumprido e com a satisfação de ter como meu sucessor o colega de diretoria Arcione Piva. Tenho absoluta certeza de que o Sindilojas POA estará nas mãos de um empresário de grande visão e extremamente comprometido com as causas do varejo, um líder atento às novas demandas do consumidor e às transformações do nosso mercado. Seguirei acompanhando de perto as atividades do Sindilojas POA, contribuindo com o trabalho da nova diretoria e dos associados que compõem essa grande e extremamente necessária instituição.

Paulo Kruse
Presidente do
Sindilojas Porto Alegre

Seguiremos evoluindo

Suceder a Paulo Kruse na presidência do Sindilojas POA é um privilégio, pois assumo este cargo quando o nosso sindicato já conquistou inúmeros avanços e vem demonstrando uma grande capacidade de auxiliar os empresários do varejo. Como vice-presidente, sei de todos os esforços realizados pela diretoria e associados nos últimos anos, em especial a partir de 2020, com a pandemia. A Covid atingiu em cheio o setor do varejo mas, com a incansável luta desta Entidade, os danos foram mitigados por ações de incentivo à retomada das atividades econômicas. Minha tarefa, agora, é dar sequência ao nosso processo de evolução, especialmente diante das grandes transformações do mercado. Os esforços serão dirigidos ao fortalecimento e à busca de inovação no setor varejista, para que possamos atender aos anseios do novo consumidor. O Sindilojas POA precisa ser visto, cada vez mais, como um parceiro do lojista, como um lugar para auxiliá-lo em suas demandas, para oferecer capacitação e aperfeiçoamento, representá-lo em suas necessidades e promover a união. Acredito que, ao enfrentarmos os desafios juntos, podemos transformar um longo e árduo caminho em uma trajetória de menos percalços e de vitórias mais próximas.

Arcione Piva
Presidente eleito do
Sindilojas Porto Alegre



O FUTURO É HOJE

As transformações culturais têm impacto direto no varejo, que precisa atender às novas demandas de consumidores exigentes.

V

A nossa segurança passa a ser prioridade, o nosso tempo livre passa a ter mais valor, o tempo com as pessoas que a gente ama passa a ter destaque especial.

Fabiano Zortéa

O século XXI é marcado por pequenas revoluções diárias. A cada momento, uma nova ferramenta surge para transformar algum aspecto das nossas vidas. Na mesma velocidade, valores são revistos, ídolos cancelados, marcas reavaliadas. A nova geração tem acesso fácil à informação, padrões éticos claros e alto grau de exigência. "Até 2030, mais de 50% dos consumidores serão da Geração Z e Alpha. Isso quer dizer muito sobre o quanto a facilidade com o digital será demandada por estes consumidores", alerta Elifas de Vargas, especialista em Marketing Digital e Varejo. E a influência deles, inclusive no varejo, já começou. Foi ampliada pela pandemia, quando puderam participar das decisões de compra da família.

As mudanças causadas pelo período de isolamento, aliás, não foram poucas. Estratégias em discussão tiveram que ser adotadas de imediato. Mas se por um lado as novas circunstâncias exigiram o on-line – de forma eficiente e atrativa –, por outro, evidenciaram a importância do humano, da necessidade de conexão, do sentimento de pertencimento e da responsabilidade ecológica e social.

O consumidor de hoje

Há então dois fatores que convergem para um mundo obrigatoriamente mais conectado. "Nesse período nós vivemos de forma diferente e nos demos conta de coisas que são importantes. A nossa segurança passa a ser prioridade, o nosso tempo livre passa a ter mais valor, o tempo com as pessoas que a gente ama passa a ter destaque especial. Se deslocar no trânsito diariamente perde um pouco do sentido e a liberdade geográfica ganha destaque. Esses traços de comportamento permanecerão após a pandemia. E o varejo é impactado diretamente", reflete o especialista em Varejo de Consumo e Coordenador de Varejo no Sebrae, Fabiano Zortéa.

Outro aspecto é a sociedade em construção pelas novas gerações. "Elas vão crescer nos próximos anos. É para essas pessoas que as marcas precisam pensar as suas estratégias de vendas: os consumidores de agora, os influenciadores de agora e, sem dúvida, os consumidores do futuro. Entender como essas pessoas se comportam é fundamental para um líder de varejo. É muito importante a transparência. As pessoas não perdoam promessas não cumpridas e estão atentas. Têm consciência sobre o planeta e a sociedade. E estão dispostas a pagar um pouco mais para comprar de marcas que fazem ações pelo bem do planeta e da

sociedade", elenca Zortéa. Para crescer em 2022, ele acredita que um ajuste 'simples', mas muito importante, é ter prontidão no ponto físico e ainda mais no on-line. "Esse novo consumidor usa as redes sociais não só para consumir, mas para obter informações dos produtos. Usa muito WhatsApp. E gosta de ir na loja física quando tem uma experiência importante", explica.

Atender às novas exigências requer empenho e uma equipe qualificada. Eles não são fiéis às marcas que não proporcionam o que desejam. As palavras-chave são:

Hiperconveniência – "É preciso reaprender sobre o cliente, o dia a dia dele e saber colocar a operação em linha com esse comportamento de consumo", explica Zortéa.

Personalização – A exclusividade cria uma relação afetiva. Mas há outra forma de personalização, a do atendimento. "É importante usar os dados para saber com quem estão falando, direcionar ofertas de acordo com as preferências, lembrar em que contexto vive aquele cliente e fazer uma oferta a partir disso. Todos esses cuidados vão fazer com que o atendimento virtual tenha um valor percebido muito maior, vão fazer com que a venda seja uma consequência mais natural", exemplifica o consultor do Sebrae.

O novo varejo

A questão não é mais ser físico ou digital. Hoje, para atuar no varejo é preciso ser ambos. "Dados da IBM mostram que apenas 38% das compras se iniciarão pelas lojas físicas nos próximos anos. Estudos da McKinsey & Company revelam que 35% das pessoas pretendem reduzir a ida às lojas físicas pós-covid. No entanto, de forma alguma um canal vai eliminar o outro. Mas sim o varejo vai passar, mais do que nunca, a ser híbrido. "Quem está com mais dificuldade de fazer isso são aqueles lojistas que estão esperando a retomada da loja física como era antes da pandemia. Só que não vai acontecer. O consumidor se deu conta de que pode exigir mais das marcas. E essa exigência passa por conveniência, flexibilidade e disponibilidade, independentemente do canal", avalia Fabiano Zortéa.

Outro aspecto relevante para as lojas, principalmente as de bairro, é o sentimento de comunidade. O conceito *be local* cresceu muito com a pandemia. "Isso deve ser um alerta e uma vantagem para todo negócio de bairro, que é bastante comum no Brasil, mas que tem que começar a explorar a sua essência", alerta Elifas de Vargas.

"O conceito *be local* cresceu e muito por causa da pandemia, e isso deve ser um alerta e uma vantagem para todo negócio de bairro, que é bastante comum no Brasil, mas que tem que começar a explorar a sua essência.

Elifas de Vargas

Ressignificando o ponto de venda

Fabiano Zortéa explica quais são os diversos "papéis" da loja física:

Hub logístico - funciona como um lugar para o cliente retirar produtos. Necessidade acelerada pela pandemia.

V

O jeito de fazer varejo tem que ser muito dinâmico para poder atender às diferentes jornadas do cliente.

Fabiano Zortéa

Mantendo a essência

Independentemente do canal, algumas coisas continuam as mesmas. Para Fabiano Zortéa, a pessoa mais importante da marca é o vendedor. Ele precisa de atenção. "Pergunte como ele está em relação às vendas virtuais, se precisa de ajuda, de treinamento. Como ele percebe os valores da empresa e como é possível deixá-lo mais confortável." O especialista defende que é o vendedor o centro da estratégia de atendimento da marca e que, por isso, ele precisa de autonomia.

"A liderança que dá atenção à sua equipe, que dá espaço para a diversidade, que se mostra responsável com ações práticas, ambientais e sociais está um passo à frente", afirma.

Hub de experiências - o cliente vai até a loja para fazer o dia dele melhor, para adquirir cultura, entretenimento, por exemplo.

Experimentação - o varejo imersivo pode ser implantado por meio de experiências e trocas no ponto de venda, proporcionando uma vivência única para o cliente, e no virtual, no Metaverso, por exemplo. O importante é conectar a marca ou produto a experiências diferenciadas e exclusivas.

Socialização - o ponto de venda torna-se o lugar onde o cliente se envolve com assuntos que dizem respeito à marca e com outros consumidores.

Senso de comunidade - a empresa tem que se apropriar das características e das necessidades do entorno, fazer parte da comunidade, fazer parceria com vizinhos.

Curadoria - as pessoas são impactadas com muitas ofertas. A loja que conseguir comunicar que ali estão os melhores produtos para atender o cliente facilitará a decisão do cliente entrar na loja.

O PRESENTE **E O FUTURO DO VAREJO**

O presidente eleito do Sindilojas Porto Alegre, Arcione Piva, tem a missão de seguir auxiliando os varejistas locais a se adaptarem a um mercado em evolução constante e cada vez mais rápida. Nesta entrevista, confira a avaliação do novo dirigente acerca de temas que têm ganhado cada vez mais relevância no setor.

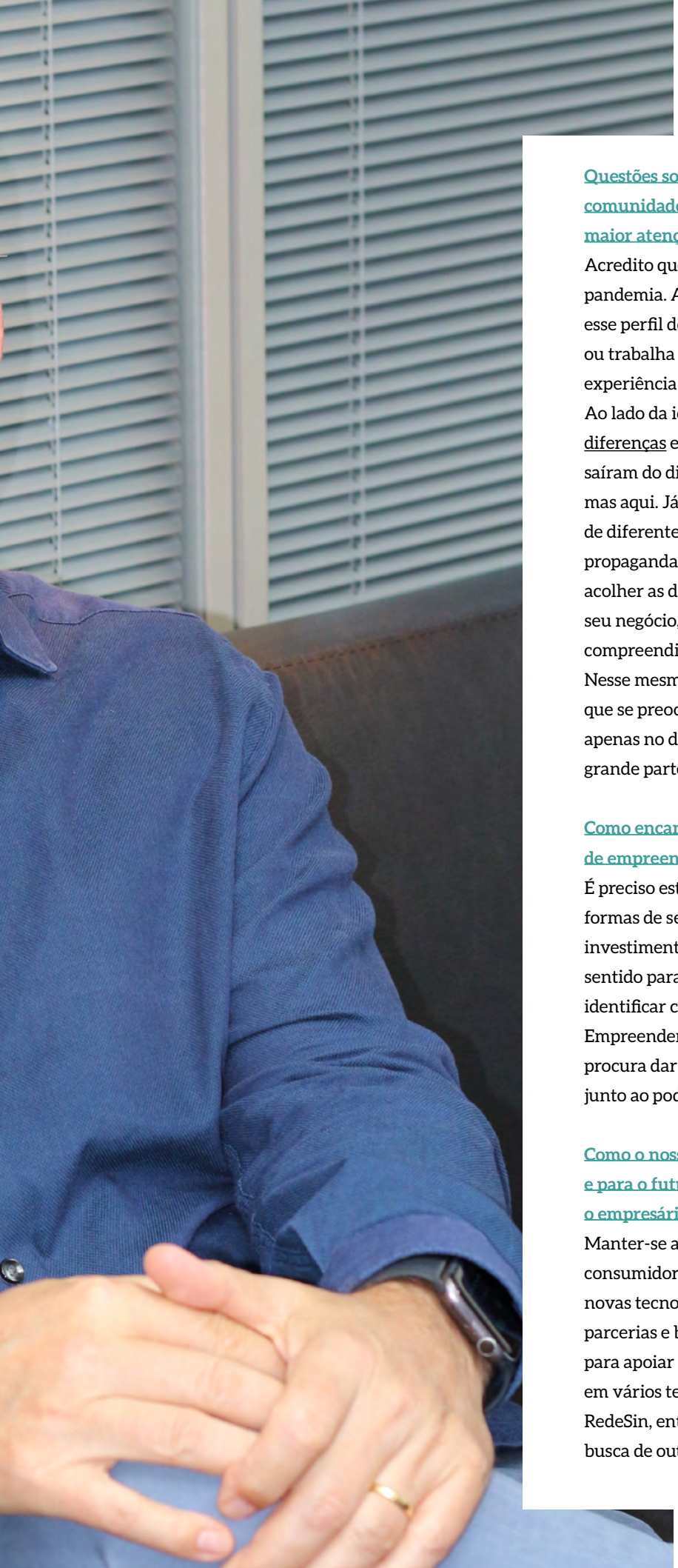
Os hábitos de consumo mudam com maior velocidade no mundo todo. Como você percebe isso no varejo local?

A principal mudança percebida é o meio utilizado para a aquisição de bens, com o crescimento do digital, da compra pelas redes sociais, como o WhatsApp, Instagram e Facebook, e sites. Com a pandemia, essa que já era uma tendência forte foi acelerada e modificou de forma significativa a maneira de consumir. Outra mudança percebida refere-se ao consumo de vizinhança, com compras mais rápidas e frequentes, feitas principalmente perto de casa. Esses consumidores preocupam-se com o desenvolvimento do comércio local e em diminuir os impactos ambientais e sociais ao seu redor.

Temas como hiperconectividade e experienciação estão em alta no varejo. Como você avalia esses assuntos no dia a dia do nosso comércio?

O mundo, e especialmente o varejo, é feito de ciclos, e neste momento estamos vivendo o ciclo da experiência. Com tantos meios de se conectar com as lojas, o que mais vai fazer diferença é a experiência que o cliente vai ter nos diferentes tipos de contato com a marca, independentemente da modalidade: digital ou presencial. E ainda com o digital cada vez mais forte, devemos lembrar que a loja seguirá sendo usada pelos consumidores para conhecer o produto que depois vai ser comprado online.

Quanto à hiperconectividade, esse, sem dúvida, é um caminho sem volta. É preciso estar preparado para as novas formas de se relacionar com os consumidores, e o Sindilojas POA pode auxiliar os lojistas a entender e a agir nesse contexto.



Questões socioambientais e socioculturais, como a valorização da comunidade, das diferenças e do meio ambiente, também ganharam maior atenção nos últimos anos. Qual a sua avaliação a respeito?

Acredito que a ideia de comunidade ficou mais presente com a pandemia. As pessoas se ajudam mais. Assim, principalmente devido a esse perfil de consumidor que quer apoiar quem conhece, quem mora ou trabalha perto dele, pequenos negócios que sabem oferecer uma boa experiência às pessoas têm a oportunidade de crescer.

Ao lado da ideia de valorização dos pequenos negócios, o respeito às diferenças e às iniciativas de inclusão – temas sempre importantes – saíram do discurso e viraram prática, não só em âmbito internacional, mas aqui. Já é possível encontrar, por exemplo, vitrines com manequins de diferentes biotipos, banheiros de uso unissex, diversidade na propaganda e nas contratações. É preciso estar preparado para acolher as diferenças, para gerar identificação do público-alvo com o seu negócio, e fazer isso de forma genuína. O cliente quer ser visto, compreendido e acolhido pela empresa na qual gasta o seu dinheiro.

Nesse mesmo sentido, o consumidor tem valorizado muito as empresas que se preocupam de fato com o meio ambiente, mas não adianta ser apenas no discurso. Elas precisam praticar o que dizem, ou perderão grande parte de seus clientes, gerando grandes prejuízos ao negócio.

Como encantar esse consumidor mais exigente e enfrentar os desafios de empreender no Brasil?

É preciso estar muito atento aos desejos do consumidor, às novas formas de se relacionar com eles. Para isso não são necessários grandes investimentos, mas uma abordagem direta e verdadeira, que faça sentido para o cliente. Pode ser algo simples que o cative e que o faça se identificar com a marca.

Empreender no Brasil sempre foi desafiador, mas o Sindilojas POA procura dar suporte em todas as áreas de gestão dos negócios e buscar junto ao poder público melhorias para o setor.

Como o nosso lojista pode se preparar para o momento atual do varejo e para o futuro? Como o Sindilojas POA, durante a sua gestão, apoiará o empresário nessa preparação?

Manter-se atualizado sobre as mudanças no comportamento dos consumidores, as novas formas de se comunicar com o público e as novas tecnologias é fundamental. Além disso, é importante fazer parcerias e buscar suporte. O Sindilojas POA tem muito a oferecer para apoiar os lojistas, como o Co.nectar Hub, diagnósticos de gestão em vários temas, a revista Conexão Varejo, a plataforma Sindivagas, a RedeSin, entre muitos outros produtos e serviços. E estamos sempre em busca de outras formas de ajudar, para crescermos juntos.

VIRTUAL + REAL

Muito mais que um jogo, o Metaverso recria experiências cotidianas no ambiente digital.

O virtual e o real estão cada vez mais próximos, e o Metaverso é mais um passo nessa fusão. Gabriela Ferreira, professora universitária e consultora em Inovação e Tendências para a Economia de Impacto, resume de forma simples o que é essa tecnologia: "Uma espécie de plataforma, um mundo paralelo que repete o mundo físico — reproduzindo pessoas, objetos e processos — em um espaço virtual. No Metaverso, se pode ter vantagens do digital com a sensação de concretude do físico, com o auxílio de um conjunto de tecnologias, como realidade aumentada, inteligência artificial e blockchain (recurso que registra transações em moeda virtual), capazes de proporcionar experiências imersivas reais, embora virtuais", explica.

Conforme Nicolas Skowronsky, sócio e Head de Estratégia da Agência Global, com o Metaverso são criados não apenas um, mas vários universos, convergentes ou não, que permitem às pessoas aprofundarem suas relações. "Trata-se de uma camada imersiva e tridimensional, que simula e cria experiências e situações mais autênticas e naturais, semelhantes às que acontecem no nosso dia a dia."

"E a minha loja, como fica?"

Embora os grandes players estejam investindo nesse recurso, ambos os especialistas acreditam que é preciso ir com calma. "É fundamental avaliar se a minha loja ou se a minha presença no Metaverso vai entregar uma experiência melhor do que a proporcionada ao cliente na loja física", afirma Skowronsky. Ele ressalta, ainda, que se trata de uma tecnologia ainda cara e que, antes de mais nada, precisa fazer sentido para o consumidor. Para Gabriela, o pequeno e o médio varejista, para serem fortes no Metaverso, deverão se unir. "Penso que esses varejos devem buscar auxílio de entidades como o Sindilojas POA, por exemplo, que certamente promoverá o trabalho conjunto e viabilizará a participação das empresas nesse universo", sugere Gabriela Ferreira.

Criatividade para conquistar

Em um universo tão dinâmico como o das redes sociais, estar por dentro de tendências e novidades do mundo digital pode fazer com que a sua marca ganhe pontos e novos clientes. Anote as dicas de apps que vão ajudar você a fazer conteúdos mais criativos para a sua loja ou empresa:

Para se inspirar:

Pinterest

Behance

Para criar e editar imagem:

Canva

Picsart

Snapseed

Para cortar carrossel:

PanoramaCrop

Para editar vídeos:

Capcut

VideoLeap

METAVERSO MAIS PERTO DO QUE SE IMAGINA

A Walmart, maior rede varejista dos Estados Unidos, já se prepara para o futuro e está construindo sua entrada no Metaverso. A empresa já tem registradas, no *Escritório de Patentes e Marcas Registradas dos EUA para Representações Virtuais de Bens*, uma nova criptomoeda e NFTs (na tradução para português "tokens não fungíveis", ou seja, representações digitais de algo que pode ser vendido e comprado exclusivamente nesse formato) da marca. As autorizações envolvem ainda realidade aumentada e realidade virtual.

E O BRASIL TAMBÉM ESTÁ NO JOGO

O varejo nacional também está se mexendo para fazer parte do Metaverso. Durante o período do Carnaval, O Boticário fez uma ativação dentro do jogo de realidade virtual Avakin Life, que conta com 2,5 milhões de usuários no Brasil. Entre os dias 22 de fevereiro e 5 de março foi possível participar, por meio de avatares, de dois blocos carnavalescos – que tinham nomes de linhas de produtos da marca – e disputar um concurso de make e cabelo. Além de pontuação no jogo, a experiência in-game proporcionou desdobramentos na vida real: a loja virtual da marca comercializou *skins* para personalização dos avatares, fazendo referência a produtos reais de O Boticário.

DE VOLTA À **SALA DE AULA**

Retomada dos cursos de forma presencial anima associados.

O curso "Visual merchandising e datas comemorativas", realizado nos dias 15 e 16 de fevereiro, recebeu uma turma de alunos curiosos e com saudade de aprender fora das telas. A capacitação foi a primeira de 2022 promovida pelo Varejo Educação em formato presencial. Nos dois encontros, os participantes tiveram a oportunidade de desenvolver suas habilidades e aprofundar conhecimentos sobre métodos e técnicas para otimizar o ponto de venda, qualificando a exposição de produtos ou a oferta de serviços.

Além da empolgação com as aulas ministradas pela experiente designer Ana Paula Silveira dos Santos, a alegria do encontro foi unânime entre os alunos. "É muito bom poder ter contato novamente com as pessoas. O ambiente estava muito agradável, adorei a sala onde foi realizado o curso", relata Pietra Azevedo, gerente da Malhas Daiane. Ela também avalia que o aprendizado será útil no seu dia a dia: "Consegui adquirir e ampliar informações que poderei aplicar na loja".

Frequentadora dos cursos disponibilizados pelo Varejo Educação, Pietra ressalta ainda a importância de poder contar com ensinamentos de conteúdos especialmente direcionados ao comércio.

Conhecimento nunca é demais

Programe-se para os próximos cursos do Varejo Educação. Há opções on-line, ao vivo, EaD e presenciais, com horários adequados para quem atua no comércio e com temas que contribuem para as atividades do dia a dia das empresas, como:

- **Comunicação, empatia e qualidade no atendimento;**
- **Experiência de compra;**
- **Gestão de estoque;**
- **Marketing de moda;**
- **Oficina de vendas;**
- **Vendas pelo WhatsApp;**
- **Workshop de Inteligência Emocional.**

Para saber mais, acesse sindilojaspoa.com.br/cursos-e-eventos (QR Code) e faça sua inscrição

DESENVOLVIMENTO **CONSTANTE**

Nos últimos dois anos, mais de 6 mil pessoas participaram de iniciativas de qualificação promovidas pelo Sindilojas POA.

Como uma das estratégias para cumprir sua missão de auxiliar no desenvolvimento do varejo, o Sindilojas POA busca oferecer serviços que fortaleçam e qualifiquem o comércio local. Com esse objetivo, desde 2020 até o início deste ano, mais de 6 mil profissionais participaram de treinamentos, de cursos de aperfeiçoamento e qualificação em diferentes temas que envolvem a rotina das empresas, como Recursos Humanos, técnicas de vendas, vitrinismo, entre outros.

É o caso da Decathlon, que desde 2018 marca presença em uma série de atividades promovidas pelo Sindicato. "Mais de 30 colaboradores já realizaram as formações, tanto presencialmente como on-line. A proposta deste ano é incentivar ainda mais a participação das equipes, com foco na transformação digital e no desenvolvimento humano", revela Ana Paula Morais, diretora da loja Decathlon Iguatemi. Ela explica que as formações são muito bem-vistas pela empresa. "É muito importante interagir com outros varejistas, ter acesso a conteúdos atualizados e conectados com as mudanças pelas quais o varejo vem passando." Ela revela que o Café com Lojistas está entre as atividades que costumam ter a participação da empresa. "Essa parceria com o Sindilojas POA é muito válida para a Decathlon, pois trabalhamos com projetos conectados a todos os stakeholders (clientes, colaboradores, comunidade e acionistas)", afirma a diretora.

Para saber mais sobre os benefícios do Sindilojas Porto Alegre, acesse: https://sindilojaspoa.com.br/beneficios/ ou aponte o seu celular para o QR Code:

ESPELHO **DO MUNDO**

Mais que um tema atual, a diversidade é uma qualidade e deve ser exaltada em todo e qualquer ambiente.

O mundo está acordando para a necessidade do respeito às diferenças. E quer ver esse valor refletido nos lugares que frequenta e nas marcas que consome. Analisa de Medeiros Brum, CEO da agência Happy House e especialista em endomarketing e *employer branding*, atende grandes corporações e relata que muitas já discutem o tema, mas somente algumas saíram para a ação. "Ambos os estados são importantes, pois o discurso forma opinião e leva à prática." Ela esclarece que a demanda de campanhas sobre diversidade e inclusão é constante, e que só isso já denota progresso.

Para ela, inclusão é um caminho sem volta e uma obrigação, pois as empresas são constituídas por pessoas. Analisa salienta que, no setor de varejo, não se adequar a essa realidade pode fazer a lucratividade cair. Portanto, a preocupação deve estar para além de tratamentos desiguais, mas focada também nas campanhas de marketing e até na hora de pensar detalhadamente o que colocar em uma vitrine, por exemplo.

O esforço de uma empresa de varejo de se mostrar como marca inclusiva é fundamental, afirma Analisa. Segundo a profissional, o discurso-padrão – "Aqui na nossa empresa todos são iguais" – deve ser abolido, pois as pessoas querem ser reconhecidas nas suas particularidades.

> **"Inclusão é um caminho sem volta e uma obrigação, pois as empresas são constituídas por pessoas."**
>
> **Analisa de Medeiros Brum,**
> CEO da Agência Happy House

> **“A educação e o respeito devem ser regra, pois todos querem ser vistos como são, sem recriminação ou preconceito.”**
>
> **Marcelo Gomes,**
> Consultor em Diversidade Cultural e Inclusão Corporativa na Ubuntu Connection

Atitudes genuínas

Marcelo Gomes, consultor em Diversidade Cultural e Inclusão Corporativa na Ubuntu Connection, é enfático quando diz que as pessoas não reconhecidas socialmente formam “um grito como um todo”, pois querem ser vistas, ouvidas e sair da invisibilidade. “Entendo que o trabalho em relação ao tema ainda não é orgânico, pois muitas empresas o utilizam apenas para se promover.”

O importante, diz Marcelo, é que esse reconhecimento ocorra por completo, tanto no quadro funcional quanto nas publicidades da marca. Ou seja, é tão importante encontrar um semelhante no atendimento de uma loja, por exemplo, quanto num outdoor.

Como consultor empresarial, ele se depara com empresários preocupados com o assunto e que não sabem como agir. A indicação é que criem um comitê sobre diversidade. Com isso, a possibilidade de entender os movimentos torna-se maior e a ação se dará de modo correto.

Ele indica ao lojista de pequeno e médio portes que invista em capacitação do seu quadro funcional a respeito do tema e que contrate pessoas inseridas no contexto de diversidade e inclusão. Gomes cita uma pesquisa da Accenture que indica o resultado dessa iniciativa para as empresas: 46% das pessoas estariam dispostas a pagar mais por produtos de marcas que trabalham o assunto no dia a dia. Em relação aos entrevistados do grupo LGBTQI+, 41% das pessoas que participaram da pesquisa disseram que mudariam de loja se uma outra apoiasse a diversidade e a inclusão.

Marcelo deixa um conselho para os empreendedores varejistas: “Atendam e tratem as pessoas como pessoas, na concepção mais essencial do termo, desde as que trabalham no seu estabelecimento quanto os consumidores. A educação e o respeito devem ser regra, pois todos querem ser vistos como são, sem recriminação ou preconceito.”

NRF 2022: TECNOLOGIAS **PARA APRIMORAR RELAÇÕES**

Representantes do Sindilojas POA estiveram em Nova Iorque e apresentaram aos associados os principais insights e debates da NRF.

Na sua retomada à modalidade presencial, a *NRF Retail's Big Show* discutiu o futuro, as tendências e as ferramentas para o varejo, mas deixou clara a importância da conexão entre as pessoas para o sucesso dos negócios. O evento aconteceu em janeiro, em Nova Iorque, e reuniu grandes nomes internacionais do setor para debater o gigantesco desafio que os empresários têm pela frente.

Por lá, viu-se que a sociedade tem hoje novas demandas e que alguns valores foram reafirmados pela pandemia. A necessidade de fazer parte de uma comunidade, de valorizar o local, de ser respeitado nas suas características e no seu modo de vida foi um insight bastante comentado pelas lideranças empresariais durante os painéis.

Apresentação e Debate

A NRF também foi tema do Café com Lojistas que inaugurou a programação de eventos de 2022 do Sindilojas POA e que teve sua primeira edição presencial desde o início da pandemia. No dia 16 de fevereiro, no Espaço Cinema do Bourbon Country, a Entidade levou ao palco seus representantes na NRF Big Retail´s Show 2022 para apresentar, debater e avaliar as principais tendências e novidades da feira.

Na avaliação do presidente eleito do Sindilojas POA, Arcione Piva, "há uma grande preocupação com o consumidor, em como as ações das empresas e do varejo afetam o entorno e em como melhorar o ambiente para quem consome". Arcione participou da delegação de varejistas gaúchos que estiveram na NRF 2022.

Ao mesmo tempo, a maneira de consumir também mudou. Esse mesmo cliente quer mais conveniência, ou seja, quer que produtos e serviços estejam perto dele de forma ágil e rápida. É ultraconectado, o que significa que pode mudar de fornecedor com um clique. E, também, deseja ser surpreendido no ponto de venda e durante a jornada de compra on-line.

Adaptação necessária

Na NRF, falou-se, ainda, que a Geração Z já dá as cartas. Marcelo Paes, Head do Co.nectar Hub, que também fez parte da delegação, ressalta que daqui a oito anos essa geração será mais da metade dos consumidores. "É preciso aprender a linguagem desse novo consumidor, capacitar colaboradores e lideranças que estejam em sintonia com ele", reflete.

Na avaliação do presidente Paulo Kruse, outro membro do grupo presente no evento, "a loja física não vai acabar, mas o virtual estará muito presente". Para ele, o varejo físico e o digital terão de andar juntos, e será preciso ser eficiente nos dois formatos.

Arcione Piva, Paulo Kruse e Marcelo Paes

Para dar conta de tantas exigências, o caminho que se mostra mais viável e fundamental é a união. "Ouvimos muito na NRF sobre compartilhamento, parcerias. "Precisamos pensar juntos para garantir a presença do nosso negócio em um mercado cada vez mais competitivo", ressalta Kruse.

Conteúdo gratuito

Lojistas e profissionais do varejo que não tiveram a oportunidade de participar da NRF 2022 também podem ficar por dentro das tendências apresentadas no evento com o novo e-book do Sindilojas POA, "Tendências e Destaques para o Varejo". O material compila as principais iniciativas, tecnologias e estratégias em que as grandes marcas têm apostado para manterem-se ativas e fortes no mercado.

Para acessar o e-book, leia o QR Code abaixo:

NOVIDADES **NO E-SOCIAL**

Atualização recente instituiu o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), que contempla os 5 tipos de riscos ocupacionais.

O Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas, nomeado como e-Social, foi criado pelo governo federal em 2018 para simplificar o envio de formulários e documentos relativos às obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas das empresas aos órgãos responsáveis. A plataforma substitui a entrega de formulários específicos para cada declaração. O objetivo é viabilizar a garantia dos direitos previdenciários e trabalhistas, simplificar o cumprimento das obrigações e aprimorar a qualidade da informação das relações de trabalho.

Desde o seu lançamento, o e-Social sofre atualizações e aprimoramentos, inclusive nas informações exigidas. Entre as atualizações recentes está uma nova redação de Norma Reguladora 1, em que o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) e o Programa de Condições e Meio Ambiente de Trabalho na Indústria da Construção (PCMAT) são substituídos pelo Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR). O PGR contempla os cinco riscos ocupacionais (Físicos, Químicos, Biológicos, Ergonômicos e Mecânicos/Acidentes). A normativa altera também a forma de avaliação dos riscos e criticidade deles devido a alteração de metodologia de análise, que passa a ser mais frequente.

Garantia de bem-estar

Uma das obrigações dos empreendedores brasileiros é proporcionar um ambiente e atividades que prezem pela saúde de seus funcionários, cumprindo regras e normas de medicina e segurança do trabalho. Assim como as demais informações sobre a vida funcional do quadro de colaboradores de uma empresa, os dados que comprovam o cumprimento da legislação também devem ser informados ao governo federal por meio do e-Social. Essa obrigação passou a valer em janeiro deste ano.

O Sindilojas POA, para auxiliar os lojistas no cumprimento da legislação, proporciona vantagens e condições especiais na contratação de serviços especializados da Ativa Medicina e Segurança do Trabalho.

Neste convênio é possível contratar:

- Atestado de Saúde Ocupacional (ASO);
- Exames admissionais, demissionais e periódicos;
- Perfil Profissiográfico Previdenciário (PPP),
- Laudos do Programa de Gerenciamento de Risco (PRG) e do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO)
- Exames complementares.

A Ativa se responsabiliza pelo envio da documentação via e-Social, responsabilidade a menos para os gestores da empresa.

Para saber mais ou contratar os benefícios oferecidos pelo Sindilojas POA, entre em contato:

- **pelo telefone (51) 3025-8300**
- **no WhatsApp (51) 99322-0820**
- **pelo e-mail comercial@sindilojaspoa.com.br**

UMA PORTO ALEGRE

A iniciativa de cada um beneficia a cidade, e uma cidade melhor tem impacto positivo para os negócios.

Porto Alegre completa em março 250 anos. E nesses dois séculos e meio tem acolhido migrantes de diferentes lugares e perfis. Mas será que os cidadãos, entre eles os empresários locais, têm retribuído a generosidade?

Pequenas atitudes podem transformar a cidade em um lugar melhor para todos. Iniciativas de revitalização de fachadas, adoção de praças e parques, criação de espaços de convivência para o bairro são alguns exemplos de como é possível melhorar o entorno e transmitir bons valores da sua empresa à comunidade. Aderir a campanhas de arrecadação de roupas, material escolar, alimentos ou material de construção, considerando o ramo de atuação do negócio, além de mobilizar o público – e, ainda, gerar mais movimento na loja –, também são formas de trazer um impacto positivo para a cidade.

1,5 milhão

de habitantes e aproximadamente 86 mil empresas em funcionamento é o que existe em Porto Alegre atualmente.

Os serviços públicos da cidade, sejam de manutenção e preservação, sejam de assistência social, não são suficientes para garantir plenamente os cuidados necessários e merecidos. Com isso, a união de esforços é o único caminho para o bem-estar coletivo.

DE TODOS

> **“Cuidar dos canteiros nos remete a cuidar da cidade, à sustentabilidade e a melhorar o visual e a beleza de nossas avenidas e calçadas.”**

Fábio Almada,
proprietário da
Ferragem Ponto Sul

Iniciativa privada, bem comunitário

Fábio Almada, que ao lado do pai, João Carlos, é proprietário da Ferragem Ponto Sul, sabe da importância de fazer a sua parte. Aconselhado pela irmã Viviane, apostou em uma estratégia de marketing alinhada com os propósitos da empresa: trazer melhorias e benfeitorias para a Zona Sul, onde a empresa está instalada há mais de 30 anos. Para a ação, foram escolhidos os canteiros da Avenida Vicente Monteggia. “Cuidar dos canteiros nos remete a cuidar da cidade, à sustentabilidade e a melhorar o visual e a beleza de nossas avenidas e calçadas”, explica Fábio.

A manutenção é realizada mensalmente, com o corte da grama, a poda das plantas e a revisão das placas, se necessário. Os espaços que antes eram destino de acúmulo de lixo foram transformados. “Meu pai acredita muito que a arborização e o paisagismo criam uma atmosfera bonita e sustentável. Ele está sempre organizando as tarefas de manutenção nos canteiros adotados pela Ponto Sul, e ainda faz questão de cuidar pessoalmente, e com muito carinho, da área verde criada por ele na frente da loja”, conta Fábio.

A iniciativa, acertada com a Prefeitura de Porto Alegre, chama a atenção dos moradores e das pessoas que transitam na região. “Quem não gosta de ver as ruas bem cuidadas, áreas verdes bem podadas e a cidade arborizada?”, reflete. Fábio afirma que, desse modo, a loja ainda reproduz o posicionamento de que cuida, se preocupa e zela pelo bem da comunidade.

Sindilojas POA sob nova gestão

Arcione Piva, empresário do ramo de materiais de construção, é o novo presidente do Sindilojas Porto Alegre.

Vice-presidente da gestão anterior, **Arcione Piva** foi eleito novo presidente do Sindilojas POA, em votação realizada no dia 22 de fevereiro. O empresário encabeçou chapa única, composta por mais 31 diretores lojistas. Arcione sucederá a **Paulo Kruse**, que deixa o cargo ocupado entre 2014 e 2022, após um período de grandes conquistas e avanços para o varejo.

"Vivo diariamente a rotina do lojista, e por isso sei das necessidades e dos desafios que enfrentamos para manter as nossas empresas ativas. Pretendo, a partir de abril, seguir o excelente trabalho realizado por Paulo Kruse. Buscarei aproximar os varejistas desta entidade, para que usufruam das nossas iniciativas e benefícios e, com o nosso apoio, desenvolvam os seus negócios. Seguirei incentivando a união, tanto entre os empresários quanto junto aos poderes públicos e à sociedade, a busca por resultados e a inovação no setor", declarou logo após a realização do pleito. A nova diretoria vai assumir o mandato de quatro anos, que se encerrará em março de 2026. O empresário Tarcísio Pires Morais acompanhará Arcione no comando da Entidade, no cargo de vice-presidente.

Para a festa de posse, no dia 4 de abril, a Sogipa foi escolhida como palco, com a presença de cerca de 400 convidados, entre lojistas, líderes empresariais e autoridades.

> **"Vivo diariamente a rotina do lojista, e por isso sei das necessidades e dos desafios que enfrentamos para manter as nossas empresas ativas."**
> Arcione Piva

A composição da nova diretoria
Presidente: Arcione Piva
Vice-presidente: Tarcisio Pires Morais
Vice-presidente Adminstrativo e de Tecnologia da Informação: Rosi Frigo Luz
Diretora Administrativa e de Tecnologia da Informação: Luciane Bestetti Gottschall
Vice-presidente Financeiro: Marco Antonio Belotto Pereira
Diretor Financeiro: Felippe Tarta Sielichow
Vice-presidente de Relações do Trabalho: Claus Hubert Lagemann
Diretor de Relações do Trabalho: Paulo Fernando Gomes Pancinha
Vice-presidente Comercial: Rose Ingrid Muller
Diretor Comercial: Pedro Henrique Sasso
Vice-presidente de Rel. Políticas, Institucionais e Responsabilidade Socioambiental: Carlos Klein
Diretor de Relações Políticas, Institucionais e Responsabilidade Socioambiental: Paulo Roberto Diehl Kruse
Vice-presidente de Comunicação e Marketing: Paulo Romeu Penna Rey
Diretor de Comunicação e Marketing: Eduardo Augusto Curra Sasso

Membros suplentes:
Ronaldo Netto Sielichow
Mara Salete Guterres Cabezudo
Janaina Crespo Costa
Roni Zenevich
Genesvile Antonio Zanotelli
Vladimir Dalpias Machado
Carlos Frederico Schmaedecke
Sergio Axelrud Galbinski
Thiago Ribeiro Gomes
Camile de Oliveira Rostro Gomes
Camila Petrucci De Freitas
Adriana Alves Vicente

Conselho Fiscal:
Conselheiro 1: Orisvaldino Magnus Scheffer
Conselheiro 2: Paulo Sergio Nickel Gonzaga
Conselheiro 3: Jose Eduardo Da Silva Sperb

Conselheiros suplentes:
Irio Piva
Eduardo Suslik Igor
Rodolfo Rogério Testoni

Representantes junto à Fecomércio-RS:
Delegado Titular 1: Arcione Piva
Delegado Titular 2: Tarcísio Pires Morais
Delegados suplentes: Ronaldo Netto Sielichow e Paulo Roberto Diehl Kruse

Segurança do Centro

Uma reunião realizada no auditório do Sindilojas POA, em 24 de fevereiro, deu a oportunidade de empresários do Centro Histórico conhecerem o novo comando do 9º Batalhão de Polícia Militar, responsável pelas ações de policiamento na região. No encontro, além de relatarem suas demandas, os lojistas puderam conhecer dados referentes às iniciativas de segurança realizadas pela Brigada Militar.

Microcrédito para empresas

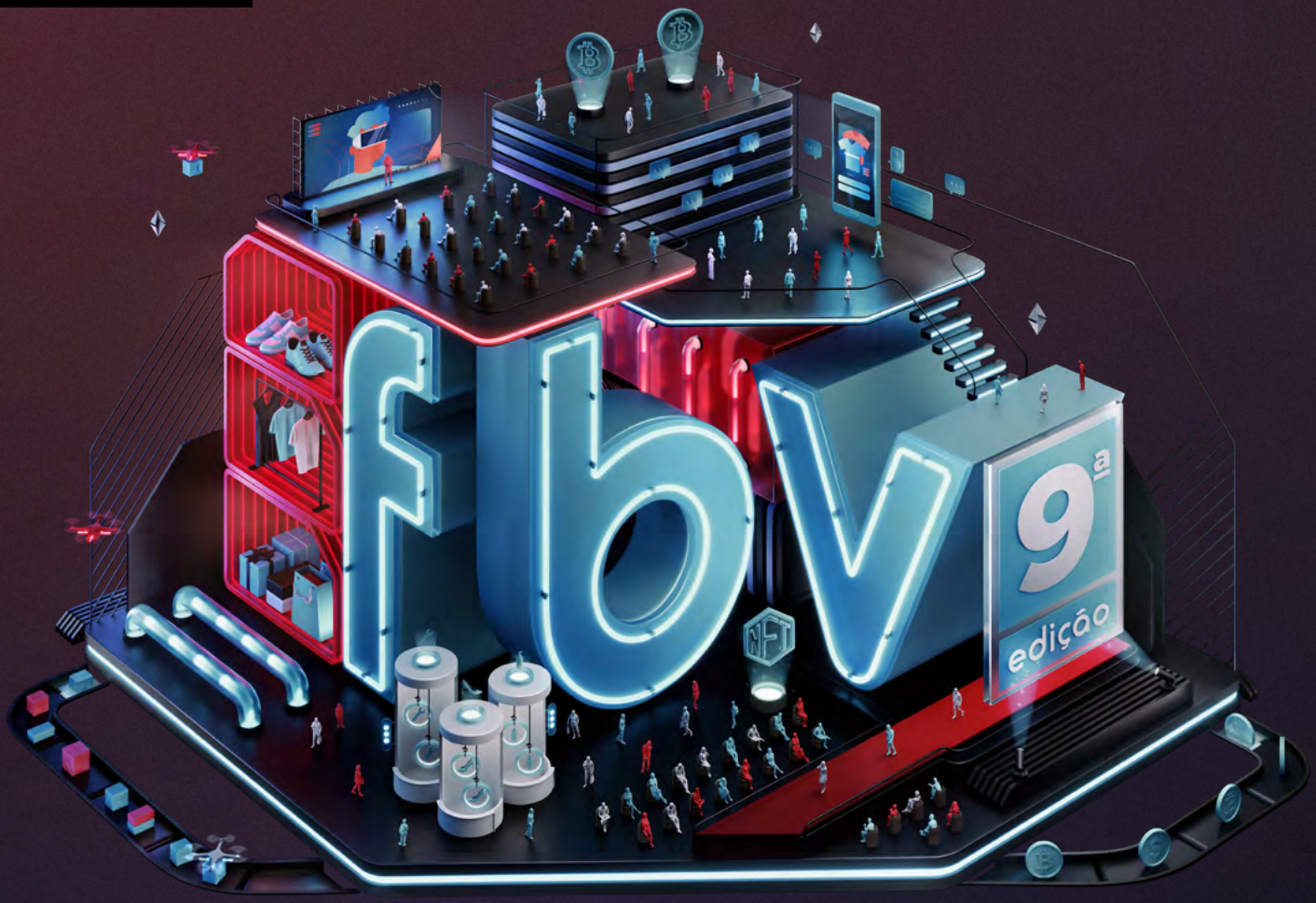
A prefeitura municipal de Porto Alegre lançou, em fevereiro, um programa para subsidiar os juros de contratos de empréstimo para microempreendedores formais ou informais registrados no Cadastro Único (CadÚnico). Para conseguir o crédito, que no primeiro momento será de R$ 4 mil, o empresário deve solicitar o valor às operadoras credenciadas. Para isso, não pode existir nenhum débito junto à prefeitura. Para conferir mais detalhes sobre o assunto aponte o celular para o QR Code:

Grupo RH do Varejo 2022

Criado pelo time de RH do Sindilojas POA,o Grupo RH do Varejo busca estimular conexões entre gestores e profissionais de recursos humanos do setor, abrindo espaço para troca de experiências, de conhecimento e de boas práticas que possam ser aplicadas em diversos cenários.

Este ano, o grupo colaborativo pretende viabilizar a produção e disseminação de conhecimento para a comunidade. Gestores e profissionais da área que atuam no setor podem participar gratuitamente. Os encontros de 2022 serão híbridos, parte presenciais, parte on-line, e resultarão na produção de um e-book, que será divulgado pelo Sindilojas POA no final do ano e disponibilizado para download.

Acesse a área de Cursos e Eventos do site da Entidade ou aponte o seu celular para o QR Code para realizar a sua inscrição:



CONVITE À **REFLEXÃO E À AÇÃO**

Saiba quem são os palestrantes do evento que reunirá conteúdo, experiência e geração de negócios para o setor.

Em sua 9ª edição, de volta ao formato presencial, a Feira Brasileira do Varejo receberá especialistas em vendas, gestão, moda, branding e vários outros temas para compartilhar sua vivência e apontar caminhos no Congresso Brasileiro do Varejo*.

Em 24 de maio, logo após a cerimônia de abertura, **Fabio Faccio**, diretor-presidente da Lojas Renner S.A. – que compreende as marcas Renner, Camicado, Youcom, Ashua e a instituição financeira Realize – falará sobre branding. Depois será a vez do estrategista em vendas digitais **Eduardo Carvalho** desmistificar esse universo.

Dado Schneider, responsável pela criação da marca Claro e um dos palestrantes de marketing mais requisitados do país, falará sobre vendas. E para finalizar o primeiro dia, o público poderá ouvir **Ricardo Doebeli**, sócio da McKinsey & Company, experiente em transformações e reestruturações corporativas.

Bill Moraes, vice-presidente da FranklinCovey Brasil, está confirmado para o segundo dia do Congresso. Ele abordará temas ligados à gestão sob o aspecto da liderança de equipe e da estratégia.

/feirabrasileiradovarejo **/feirabrasileiradovarejo**

9ª FBV

de 24 a 26 de maio, no Centro de Eventos Fiergs.

Inscrições abertas em feirabrasileiradovarejo.com.br ou aponte o celular para o QR Code.

O empresário, consultor e escritor de sucesso **Eduardo Tevah** abrirá as conferências do terceiro dia, 26 de maio, com uma palestra sobre liderança e vendas. Na sequência, subirá ao palco **Cauê Oliveira**, diretor de Educação do GPTW Brasil e um dos grandes embaixadores do Giftwork, conceito que aposta na qualidade no ambiente de trabalho como um estilo de vida. **Ricardo Capra**, que pesquisa o impacto dos dados na sociedade e nos negócios, encerrará a programação compartilhando seus conhecimentos no setor de varejo.

Além do time de palestrantes, a 9ª FBV oferece muitas atrações e conteúdo sobre o segmento. O evento inclui:

- Feira de exposição
- FBV Talks
- Varejo Experience
- Desafio Fashion
- Varejo Now
- Trend Store
- Espaço Moda

Marque presença

Diversas empresas já garantiram o seu espaço no evento, onde, além de serem vistas, terão a oportunidade de fechar negócios. Faça como a Alterdata, a MailBiz, a Schumacher Advocacia e muitas outras (veja mais no site da FBV)!

Escolha o tamanho do espaço de acordo com as necessidades da sua empresa. Essa é a chance de garantir a sua marca no mapa de entrada da Feira, na revista Conexão Varejo, no site da FBV e em placa suspensa no local do evento, além da divulgação em postagens nas redes sociais.

Confira as condições especiais de parcelamento com os consultores comerciais: (51) 3025.8300 ou comercial@feirabrasileiradovarejo.com.br

NOVOS INTEGRANTES

Os associados que chegam têm algo em comum: dedicam-se a lançar e detectar tendências, além de traduzi-las para seus clientes.

Marcia Santos

Diretora da Flor de Açucena Distribuidora

Fundação: 2013

Com quase uma década de vida, a Flor de Açucena Distribuidora acompanhou as transformações do mercado, que cada vez mais valoriza a consciência ambiental. Mais do que fornecer produtos de qualidade, busca principalmente estabelecer parcerias com empresas que tenham responsabilidade socioambiental, trazendo produtos veganos e livres de crueldade, produtos inovadores e com tecnologia, para que o profissional da beleza possa entregar o seu trabalho com eficácia e segurança ao cliente final. "Nosso diferencial é o atendimento. Nosso cliente é tratado com muito carinho e respeito", ressalta a diretora Marcia Santos.

@Flordeacucenadistribuidora **Flordeacucenadistribuidora**

comercial.flordeacucena@hotmail.com.br **(51)999.491.758**

Vinícius Correa

CEO da Mailbiz

Fundação: 2012

A Mailbiz é especializada em resultados para e-commerce, e já atendeu mais de 2 mil lojistas. Conta com um time de especialistas focados em auxiliar no crescimento das vendas. Oferece ferramentas para diferentes estratégias de incremento dos negócios. Possibilita a automação e segmentação inteligentes, além de auxiliar na compreensão dos resultados atingidos de forma simples. "Nosso propósito é ampliar os horizontes de crescimento de pessoas e negócios. Acreditamos que todos podem evoluir e se transformar!", afirma Vinícius Correa, CEO da empresa.

mailbizbr **mailbiz** **mailbizbr/**

QUEM FAZ A **CONEXÃO**

Conheça mais duas colaboradoras que personificam diariamente os valores do Sindilojas POA, com transparência e empenho na busca pelas melhores soluções para os associados.

Elisandra Luíza Tomasel

Executiva de relacionamentos e negócios, com atuação na Zona Sul de Porto Alegre. É formada em Administração e tem MBA de Gestão de Marketing e Vendas. Elisandra define como sua missão profissional mostrar que o Sindilojas POA oferece soluções que fazem a diferença no negócio de cada associado. "Busco atuar com transparência para garantir a satisfação do cliente", afirma. Colorada, bem-humorada e muito comunicativa, pratica CrossFit e gosta de de estar perto de pessoas de alto-astral.

Cristiane Garcia Lobato

Com atuação no Centro de Porto Alegre, Cristiane é consultora de relacionamentos e novos negócios. Ela tem facilidade em se comunicar com as pessoas e fazer amizades, por isso se considera um elo entre o Sindilojas POA e os representados e associados. Busca levar até eles soluções que facilitem o gerenciamento de seus negócios. Adora sair para conhecer lugares novos – sejam cidades, restaurantes, cafeterias ou lojas –, tem um amor muito grande por cachorros e uma paixão imensa por chocolate.

A equipe que atende os associados do Sindilojas POA ganhou um espaço durante as edições de 2022 da Conexão Varejo (exceto a edição especial FBV). Veja, ao longo das publicações do ano, quem são os demais integrantes.

> REDESIN É A PLATAFORMA DE VANTAGENS PARA ASSOCIADOS DO SINDILOJAS POA

Em sintonia com as tendências que hoje se apresentam para o setor de varejo, o Sindilojas POA aposta na união entre empresas para o fortalecimento de todos. Por isso, disponibiliza um ambiente de parcerias e crescimento conjunto. A RedeSin oferece experiências e benefícios exclusivos entre os associados, oportunizando a troca e a comercialização de serviços e produtos com condições diferenciadas. O site conta com uma plataforma inteligente, com um sistema em que o próprio associado pode acompanhar a visibilidade do seu negócio, monitorar as visualizações e o interesse na sua empresa.
O cadastro é gratuito. Para participar, é preciso ser associado ao Sindilojas POA e assinar o termo de adesão, além de oferecer algum tipo de benefício para os potenciais clientes, que encontrarão sua empresa entre os demais participantes da RedeSin.

Acesse:
www.redesinpoa.com.br.

Sindilojas RS
Porto Alegre
Sindicato do Sistema Comércio

Para se associar

*Acesse **www.sindilojaspoa.com.br** e cadastre-se no link "Quero me associar" ou entre em contato com a equipe de Relacionamento e Novos Negócios pelo telefone (51) 3025-8300, de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h.*

Missão

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

Visão

Ser referência para os lojistas de Porto Alegre e Alvorada na defesa de seus interesses, representatividade e no desenvolvimento de associados.

Bandeiras

Combate ao comércio informal;
Segurança pública;
Redução e simplificação de tributos, impostos e licenças;
Capacitação;
Estímulo à inovação.

/sindilojaspoa **/company/sindilojas-porto-alegre**
@sindilojaspoa **sindilojaspoa.com.br**

> expediente

Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre/RS
Rua dos Andradas, nº 1234 - Edifício Santa Cruz, 22º andar
Centro Histórico - Porto Alegre/RS
Fone: (51) 3025.8300 Fax: (51) 3228.1123
WhatsApp: (51) 99452.6536 | sindilojaspoa.com.br

Presidente: Paulo Roberto Diehl Kruse
Vice-Presidente: Arcione Piva
Vice-Presidente Administrativo: Daniel Casais
Vice-Presidente Financeiro: Marco Antônio Belotto Pereira
Vice-Presidente de Relações de Trabalho: Claus Lagemann
Vice -Presidente de Relacionamento e Novos Negócios: Tarcísio Pires Morais
Vice-Presidente de Relações Políticas e Institucionais: Ronaldo Sielichow
Vice-Presidente de Comunicação e Marketing: Paulo Romeu Penna Rey
Vice-Presidente de Responsabilidade Socioambiental: Camile de Oliveira Gomes
Vice-Presidente de Relações de T.I.: Vladimir Dalpiás Machado
Diretor Administrativo: Eduardo Suslik Igor
Diretor Financeiro: Felippe Tarta Sielichow
Diretor de Relações de Trabalho: Sérgio Axelrud Galbinski
Diretor de Relacionamento e Novos Negócios: Paulo Pancinha
Diretor de Relações Políticas e Institucionais: Carlos Schmaedecke
Diretor de Comunicação e Marketing: Carlos Klein
Diretora de Responsabilidade Socioambiental: Rose Ingrid Muller
Diretor de T.I.: Eduardo Augusto Curra Sasso

Suplente: Luciane Bestetti Gottschall
Suplente: Fabiana Estrela
Suplente: James Kravetz
Suplente: Ademar Roda dos Santos
Suplente: Mara Salete Guterres Cabezudo
Suplente: Paulo Sérgio Nickel Gonzaga
Suplente: Roni Zenevich
Suplente: Rosi Frigo Luz
Suplente: Rodolfo Rogério Testoni
Suplente: Eduardo Spunberg
Conselho Fiscal: Lídio Ughini
Conselho Fiscal: Orisvaldino Magnus Scheffer
Conselho Fiscal: José Eduardo da Silva Sperb
Suplente do Conselho Fiscal: Alcides Debus
Suplente do Conselho Fiscal: Irio Piva
Suplente do Conselho Fiscal: Zilmar Quintão
Delegado Representante: Paulo Roberto Diehl Kruse
Delegado Representante: Ronaldo Netto Sielichow
Suplente de Delegado Representante: Arcione Piva
Suplente de Delegado Representante: Marco Antonio Belotto Pereira

Conexão Varejo - Publicação do Sindicato dos Lojistas do Comércio de Porto Alegre produzida pela Entrelinhas Conteúdo & Forma. Envio de colaborações e sugestões de pauta pelo e-mail imprensa@sindilojaspoa.com.br
Atendimento ao leitor e Assessoria de Imprensa pelo e-mail imprensa@sindilojaspoa.com.br e telefone (51) 3025.8323 ou (51) 3025.8324

Conselho Editorial – Sindilojas Porto Alegre
Presidente: Paulo Kruse
Vice-presidente de Comunicação e Mkt.: Paulo Penna Rey
Vice-Presidente de Rel. e Novos Negócios: Tarcísio Pires Morais
Diretor de Comunicação e Marketing: Carlos Klein
Diretora Suplente: Fabiana Estrela
Superintendente: Alexandre Peixoto
Coordenação
Analistas de Comunicação: Mariana Lubke e Mariana Vicili
Gerente de Marketing e Novos Negócios: Marcelo Paes

Relacionamento e Novos Negócios – Sindilojas Porto Alegre
comercial@sindilojaspoa.com.br ou pelo telefone: (51) 3025.8300

Fotos: PMPA, Reprodução Facebook e Instagram, Adobestock, Pexels, Unsplash e Pixabay.

Elaboração Editorial e Gráfica
Entrelinhas Conteúdo & Forma
www.entrelinhas.inf.br

Distribuição
Faster Mail

Impressão:
Gráfica Comunicação Impressa

Tiragem:
3 mil exemplares

Edições Anteriores
Aponte a câmera do seu smartphone para o QR Code ao lado e acesse a revista Conexão Varejo.

TranspoSul

22ª Feira e Congresso de Transporte e Logística

13 a 16 | JUN 2022 FIERGS - PORTO ALEGRE/RS

Descubra soluções inovadoras e conecte o varejo ao transporte e logística de qualidade.

A TranspoSul reúne as grandes transportadoras e empresas do setor logístico do sul do país em um encontro repleto de oportunidades.

Um mundo de possibilidades espera por você na TranspoSul. Sua marca chegando a novos lugares e alcançando a visibilidade que você busca através de **parcerias estratégicas**.

Conheça o espaço

ESPAÇO HUB DO EMBARCADOR

Um espaço para construir conexões e fazer negócios. Aqui você irá encontrar a empresa perfeita para a distribuição do seu produto com **segurança** e **eficiência**.

REALIZAÇÃO: SETCERGS TRANSPORTE & LOGÍSTICA

Saiba mais, entre no site: TRANSPOSUL.COM /TRANSPOSUL

GL
OB
AL

O futuro do varejo, e do seu negócio, passa pela FBV 2022.

24, 25 e 26 de maio.

FBVModa
FBVTech
FBVNegócios
FBVSoluções

SEJA UM EXPOSITOR NA FBV 2022 E DÊ MAIS VISIBILIDADE AO SEU NEGÓCIO.

São diversas oportunidades de vendas, networking e conexões que você garante com a sua presença no maior evento do varejo do país, sempre com temas relevantes e atuais. Coloque a sua marca na maior vitrine do varejo no Brasil.

ENTRE EM CONTATO COM A EQUIPE COMERCIAL E RECEBA COTAS E VALORES: **comercial@sindilojaspoa.com.br / (51) 99322.0820**

FEIRABRASILEIRADOVAREJO.COM.BR

fbv 9ª edição Feira Brasileira do Varejo

O varejo sem fronteiras.

REALIZAÇÃO:

Sindilojas RS Porto Alegre
Sindicato do Sistema Comércio

inspiração PARA transformar O VAREJO