

PETROPOLITANAS

REDAÇÃO



Divulgação

Proposta contou com 4 votos contra, 3 a favor e 8 abstenções

Vereadores votam contra apoio ao fim da escala 6x1

A Câmara Municipal rejeitou uma moção que defendia o fim da escala 6x1, proposta pela vereadora Júlia Casamasso, na sessão de quinta-feira (14). Com quatro votos contra, três votos a favor e oito abstenções, a moção não obteve aprovação dos parlamentares, e tinha como objetivo apoiar a mobilização nacional em defesa da redução da jornada de trabalho, em pauta no Congresso Nacional. Ao apresentar a moção, a

vereadora Júlia destacou os impactos negativos da jornada de trabalho na vida dos trabalhadores, enfatizando que jornadas exaustivas comprometem a saúde física e mental, além de afetarem a convivência familiar. "A escala 6x1 limita a vida dos trabalhadores ao trabalho, privando-os de tempo com a família e o lazer. Precisamos lutar por uma legislação que valorize o tempo de vida das pessoas", argumenta a vereadora.

Movimento 'Vida Além do Trabalho'

A moção visava reforçar o coro iniciado pelo movimento Vida Além do Trabalho (VAT), que reuniu aproximadamente 2,3 milhões de assinaturas em uma petição para o fim da escala 6x1. A campanha visa pressionar parlamentares a apoiarem uma proposta de emenda à constituição (PEC), que modifica essa jornada. A PEC já conta com cerca de

200 assinaturas na Câmara dos Deputados. A expectativa era que a Câmara Municipal enviasse a moção aos deputados federais do Rio de Janeiro, solicitando apoio à tramitação da PEC, mas com a rejeição da proposta, essa manifestação não será encaminhada. "Hoje ficou claro quem são os vereadores que estão do lado dos trabalhadores", lamenta Júlia.



Divulgação

Ação faz parte de uma série de atividades gratuitas promovidas pelo Teatro Imperial

Orquestra Teatro Imperial realiza audições para projeto

Foram realizadas na última segunda-feira (11), as audições para a Orquestra Teatro Imperial, grupo de prática colaborativa com músicos petropolitanos coordenados pelos maestros Felipe Galdino e Raphael Muniz. Na oportunidade, os candidatos passaram por entrevistas, avaliação de conhecimento musical e domínio do instrumento.

"Esse projeto faz parte de uma iniciativa para uma prática de conjunto mais intensa e profunda na nossa cidade. O intuito é trazer músicos de Petrópolis, pra gente fazer esse trabalho juntos, enriquecendo a cultura local e contribuindo para o fortalecimento da nossa identidade aqui em Petrópolis", destaca o maestro Felipe Galdino

Grupo vai contar com ensaios semanais

Com uma boa adesão do público-alvo, o projeto vai revelar nos próximos dias, quais foram os escolhidos para o grupo, que vai contar com ensaios semanais gratuitos todas às segundas-feiras, a partir das 19h, no Teatro Impe-

rial. A ação faz parte de uma série de atividades gratuitas promovidas pelo Teatro Imperial, com o patrocínio da Enel, Governo do Estado do Rio de Janeiro, Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa, através da Lei do ICMS.

Bramil propõe campanha de natal

A rede de supermercados Bramil receberá até o dia 20 de dezembro cartinhas, de qualquer pessoa, com pedidos para o Papai Noel. Basta escrever o que deseja ganhar, depositar a cartinha na urna e tor-

cer para ser o escolhido. A entrega dos presentes será feita a partir do dia 23 de dezembro. Vale ressaltar, que é necessário colocar nome, endereço e telefone de contato nas cartinhas.

Precariedade na sinalização é apontada por levantamento

Associação destaca o impacto negativo para o turismo petropolitano

Uma sinalização adequada tem o potencial de transformar a experiência turística, garantindo que visitantes encontrem facilmente pontos de interesse e serviços. Não é o que acontece em Itaipava. Um levantamento da UNITA - Unidos por Itaipava -, associação formada por empresários e comerciantes, destaca a urgência de melhorias na sinalização turística e de trânsito no distrito. As condições precárias das placas afetam a visibilidade e a segurança, prejudicando a experiência dos visitantes. A UNITA enfatiza a necessidade de uma sinalização clara e bem conservada para apoiar o desenvolvimento sustentável da região e valorizar a experiência do visitante.

Itaipava, com seu charme natural e suas inúmeras opções gastronômicas e de hospedagem, representa um polo turístico essencial. De acordo com a associação, o bairro é responsável por cerca de 30% do PIB de Petrópolis. No entanto, muitos dos sinais indicativos, que orientam tanto os turistas quanto os moradores, estão em estado de abandono, além de mostrar uma falta de padronização da comunicação visual.

Placas antigas de madeira com indicações de restaurantes, hotéis e atrações, que ficam dispostas em locais como o trevo de Bonsucesso e o Horto Mercado Municipal, por exemplo, estão desgastadas, com letras pequenas e até posicio-



Divulgação/UNITA

Placas apresentam desgastes, pichações e até mesmo vegetações atrapalhando a visibilidade

nadas de maneira desfavorável. Placas na União e Indústria via que "corta" o distrito, também apresentam problemas, como pichações, sujeira e danos estruturais, com algumas até viradas ou de cabeça para baixo. Algumas delas trazem pouca informação e palavras soltas como "gastronomia", "artesanato" e "pousadas", mas sem, de fato, cumprirem sua função de direcionamento.

Outro problema identificado pela UNITA é a vegetação que, muitas vezes, esconde a sinalização. Em diversos pontos, o mato e galhos de árvores cobrem as placas, dificultando a visibilidade, especialmente à

noite, o que coloca em risco a segurança de motoristas e pedestres. Esse problema se agrava em períodos de movimento, como quando há grandes eventos na região.

O presidente da UNITA, Alexandre Plantz, ressalta a importância da adequação da sinalização para apoiar o turismo e os negócios locais. "Itaipava não é apenas um destino de lazer, mas um motor econômico para Petrópolis. Precisamos de uma sinalização que esteja à altura da nossa importância turística. Eventos que movimentam a rede hoteleira e os restaurantes da região, mostram que nossa infraestrut-

tura precisa ser melhor preparada para receber esse público. Uma sinalização clara e bem conservada faz parte dessa preparação e reflete o cuidado que queremos transmitir aos visitantes", destacou Plantz.

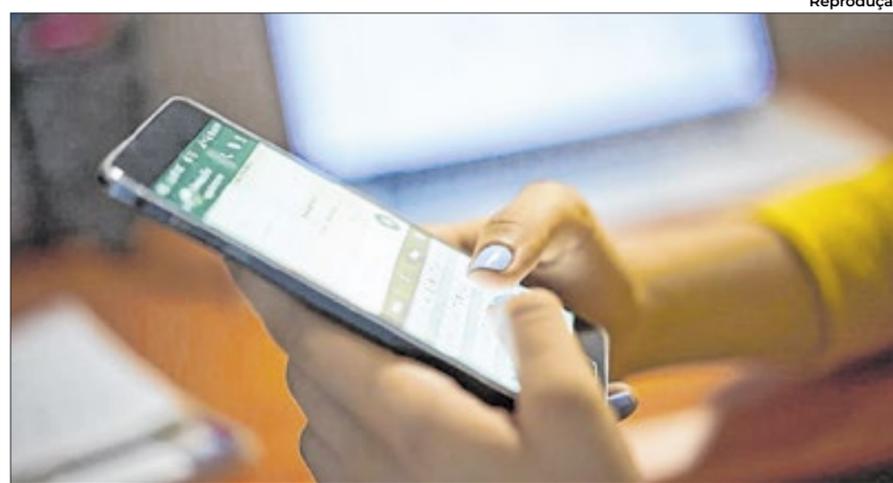
Fabrizio Santos, secretário da UNITA, reforça a urgência das melhorias. "É essencial que Petrópolis invista na manutenção e modernização das sinalizações de Itaipava. Queremos que o turista tenha uma experiência agradável e segura ao explorar a região. Além de fortalecer o turismo, melhorias na sinalização também garantem a qualidade de vida dos moradores", concluiu o secretário.

CDL Petrópolis reforça importância do investimento em tecnologia

Pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em parceria com o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) aponta um cenário promissor, mas também desafiador, para o varejista que ainda não investiu em tecnologia para vendas online. O estudo, divulgado pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Petrópolis, revela que 67% das empresas do setor de comércio e serviços no Brasil utilizam o WhatsApp como principal canal de vendas. Em segundo lugar aparecem as redes sociais (57%), seguidas pelas lojas e escritórios físicos (47%) e pelos sites (12%). Os dados evidenciam a necessidade de modernização do comércio varejista petropolitano para acompanhar essa transformação digital, aderindo a estratégias que integrem o físico e o digital, como o modelo omnichannel.

Para o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Petrópolis (CDL), Claudio Mohammad, investir em tecnologia e modernizar os canais de vendas é essencial para a sobrevivência e expansão do setor local. "Os números mostram que há uma grande parcela de lojistas ainda longe das inovações tecnológicas. O consumidor atual busca comodidade e uma experiência de compra fluida, seja no ambiente físico ou digital. As empresas que conseguirem oferecer essa experiência integrada terão uma vantagem competitiva em relação às demais", destaca Mohammad.

A pesquisa da CNDL e SPC Brasil também mostra que 41% dos empresários estão dispostos a investir em divulgação para impulsionar suas ven-



Reprodução

Estudo aponta que 67% do comércio varejista do país vende pelo Whatsapp

das. Entre os canais pagos mais utilizados, redes sociais como Instagram e Facebook são os preferidos (21%), seguidos pela panfletagem (13%) e pelo Google (11%). Em média, as empresas investem R\$ 880 mensais em estratégias de comunicação para atingir o público-alvo.

Cláudio Mohammad explica que a presença digital é cada vez mais determinante para o sucesso de uma empresa. "O comportamento do consumidor mudou e o comércio precisa acompanhar essa transformação. Não basta estar nas redes sociais; é preciso um planejamento sólido que inclua anúncios direcionados e uma gestão ativa dos perfis online, promovendo o engajamento com o público", ressalta.

Um canal de vendas no WhatsApp atualmente é crucial para as empresas, pois permite uma comunicação direta e imediata com os clientes. Facilita o atendimento personalizado, aumenta o engajamento e a satisfação do cliente, e pode impulsionar as vendas com

ofertas e promoções exclusivas. A forma de vendas por meio desta rede social, em especial, se tornou popular.

Apesar de os números da pesquisa indicarem uma forte presença digital, apenas 12% das empresas utilizam sites como canais de venda, o que representa uma oportunidade para o comércio varejista de Petrópolis. "Os lojistas que ainda não exploraram essa possibilidade devem considerar investir na área para alcançar clientes em potencial que preferem realizar compras online, ampliando as possibilidades de venda", afirma o presidente da CDL Petrópolis.

A necessidade de adotar uma estratégia omnichannel é um dos pontos ressaltados por Cláudio Mohammad. Ele explica que, ao integrar os pontos de venda físicos com os digitais, os lojistas petropolitanos podem proporcionar uma experiência mais completa e satisfatória para os consumidores. "Uma estratégia omnichannel permite ao cliente, por exemplo, fazer uma compra online e retirar o

produto na loja física, ou ainda resolver problemas e trocas diretamente na loja, o que facilita a vida do consumidor e reforça a fidelidade à marca", completa.

"Realizamos uma palestra com Ladmir Carvalho, CEO da AlterData, esta semana sobre uso da inteligência artificial e tivemos lotação esgotada para o evento. É crucial hoje para as empresas trilharem o caminho digital e estamos empenhados em estimular essa transformação", frisa Cláudio Mohammad.

Para a CDL Petrópolis, essa adaptação ao cenário digital é um passo fundamental para que o comércio local se torne mais competitivo e acompanhe as transformações do mercado. Segundo Mohammad, a entidade está empenhada em auxiliar os lojistas com orientações e capacitações para que invistam em inovação. "Nosso papel é promover o desenvolvimento do comércio local e, para isso, precisamos incentivar a digitalização e o uso das novas tecnologias que facilitam a gestão e ampliam o alcance das empresas", frisa.