

associado / A receita caseira da Confecções Demori

Revista bimestral da CDL de Caxias do Sul

O Lojista

em Revista



Ano 1
Nº 1
Julho/Agosto
de 2006

troca de experiências
Relacionamentos
e parcerias são
essenciais no mundo
dos negócios

tendências
As mudanças no varejo

crédito
Sua venda é segura?





CDL Caxias: contém tudo que o comércio precisa.

Um comércio forte se faz com o apoio de uma entidade comprometida em atender às necessidades da classe lojista. Essa busca constante pelo desenvolvimento do comércio contribui para o crescimento de toda a comunidade.



Rua Sinimbu, 1415 - 4º andar
Fone: 3209 9977

www.cdlcaxias.com.br
cdl@cdlcaxias.com.br

O Lojista

em Revista

Publicação bimestral da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Caxias do Sul. Distribuição gratuita.

Rua Sinimbu, 1415 - 4º andar
Centro - Caxias do Sul - RS
Fone: (54) 3209.9977
Fax: (54) 3209.9969
cdl@cdlcaxias.com.br
www.cdlcaxias.com.br

Ano 1 - Nº 1 - Julho e Agosto de 2006

Presidência 2005/2006 – Milton Corlati

Vice-presidência – José Quadros dos Santos (1º vice-presidente); Renato Corso (2º vice-presidente)

Diretoria – Ivandro Roberto Polidoro (1º diretor-secretário), Ivanir Antônio Gasparin (2º diretor-secretário), Valmor Concatto (1º diretor financeiro), Ivonei Miguel Pioner (2º diretor financeiro).

Presidência Conselho Consultivo – Pedrinho Ferrarini

Diretoria Executiva – Sirlei Bertollo

Gerência Produtos e Serviços – Joceli Silva da Silva

Relações Públicas – Silvio Cesar Munaretto

Auditoria Independente – Volnei Ferreira de Castilhos

Conselho Editorial – Adriana Silva, Renato Corso, Sirlei Bertollo e Silvio Cesar Munaretto

Departamentos

CDL Controladoria – Valtér Agostinho Minúscoli;

CDL Cobrança – Valmor Concatto e Gustavo Perini;

CDL Empregos – Parvati Posser e Daniela Rossi Carlin;

CDL Ensino – Arcângelo Zorzi Neto; **CDL Jovem** – Renato Corso e Leonardo Beretta; **CDL Meio Ambiente** – Ivonei

Miguel Pioner e Renato Luiz Fedrizzi; **CDL Patrimônio** –

Ivandro Luis Pioner; **CDL Segurança Pública** – Ivanir

Antônio Gasparin e Paulo Ricardo Magnani; **CDL Tecnologia**

– Renan Tedesco e Luiz Antônio Kuyava; **CDL Turismo** – J.

Henrique Elustondo e Cristian Horbach; **CDL Shopping**

Center – Ivandro Roberto Polidoro; **Assuntos**

Extraordinários – Paulo Ricardo Magnani e Victor Hugo

Gauer; **Assuntos Jurídicos, Fiscais e Tributários** – Ivandro

Roberto Polidoro e José Quadros dos Santos; **Ação Social** –

Sérgio Formolo e Renato Luiz Fedrizzi; **Economia e**

Estatística – Miguel Frederico Fortes e Julian Bianchini;

Marketing – Ivanir Antônio Gasparin e Carmem Dalcin;

Produtos, Serviços e Convênios – Alcides Perini e Luiz

Giacomin; **Social e Eventos** – Nelson Lisot e Analice Carrer;

SPC Brasil – Pedrinho Ferrarini e Milton Corlati; **Distrito 4** –

Victor Hugo Gauer e Rogério De Todelo

Representantes junto aos Conselhos Municipais

CMTM – Conselho Municipal de Trânsito e Transportes – Nelson Lisot

COMDECON – Conselho Municipal de Defesa do Consumidor – Ivandro Roberto Polidoro

COMDICA – Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente – Sérgio Formolo

CONSEA – Conselho Municipal de Segurança Alimentar – Renato Luiz Fedrizzi

COMSEP – Conselho Municipal de Segurança Pública – Alcides Perini e Ivanir Antônio Gasparin

COMTUR – Conselho Municipal do Turismo – J. Henrique Elustondo e Cristian Horbach

SOAMA – Sociedade dos Amigos dos Animais – Renato Luiz Fedrizzi

Comissão de Segurança – Alcides Perini

Comissão de Impacto Econômico – Miguel Fortes

Conselho Deliberativo da Fundação Caxias – Renato Luiz Fedrizzi

Produção e Execução

Enter Consultoria em Comunicação

Rua Cel. Flores, 810, sala 700 - 7º andar

Edifício Comercial Silo

Bairro São Pelegrino

Fone: (54) 3028.2868

Fone/Fax: (54) 3028.3894

enter@entercaxias.com.br

Edição: Adriana Silva (MTb 8823)

Reportagem: Adriana Silva

Projeto Gráfico e Diagramação: Marli Superti

Revisão: Simoni Schiavo (MTb 8821)

Capa: Gilnei Rafael Gomes

Impressão: Gráfica São Miguel

Tiragem: 4.000 exemplares

É permitida a reprodução de matérias, desde que citada a fonte.

Os artigos assinados são de responsabilidade de seus autores, não refletindo, necessariamente, a opinião desta entidade.

tendências

5 As mudanças no varejo

Uma entrevista com a consultora Marilda Cecília Dall'Agno que fala sobre o varejo do futuro

ponto de venda

9 Encante seu cliente

Conheça algumas dicas simples que podem transformar a relação entre lojista e consumidor

Eu, associado

11 Confecções Demori

Há mais de 25 anos no mercado, a família Demori conta um pouco da trajetória vitoriosa do negócio

crédito

17 Sua venda é segura?

Uma pesquisa no Banco de Dados do SPC é a melhor ferramenta para garantir uma boa venda

opinião

18 Espaço do Associado

André Magnabosco destaca a importância de o cidadão exercer, com consciência, seu direito ao voto

notícias da cdl

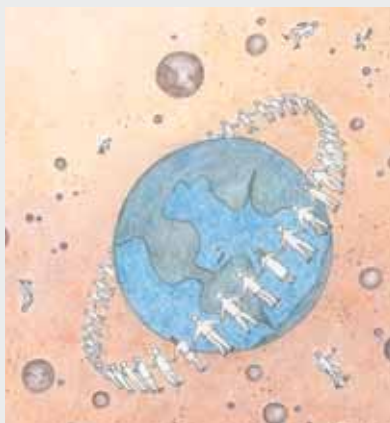
20 Por dentro da entidade

Encontros Empresariais, Liquida Caxias, Cliente Oculto, Convênios. Os projetos da CDL Caxias

qualificação

23 Invista em você

Conheça os cursos e as palestras que a CDL Ensino promove nos meses de julho e agosto



12 matéria de capa Troca de experiências

Rede de relacionamentos e parcerias que agreguem conhecimento são essenciais no mundo competitivo



Relacionamento

Auxiliar no desenvolvimento do comércio e fazer de Caxias do Sul uma cidade cada vez melhor para se viver. Esses são os principais compromissos da nossa entidade, que há 40 anos mantém-se fiel no objetivo de prestar serviços de qualidade aos empresários do comércio e prestadores de serviços.

Para alcançar essas metas, não medimos esforços e sempre buscamos firmar fortes parcerias com o Poder Público municipal, com as entidades co-irmãs e com as instituições voltadas a ações sociais. A conquista da 37ª *Convenção Estadual Lojista*, que acontece em Caxias do Sul de 16 a 18 de julho, é uma prova da força e do reconhecimento que a nossa CDL tem em todo o Estado.

Para festejar esses anos de muitas vitórias, presentamos os associados, suas famílias e a comunidade de Caxias com o show dos *The Beats*. E como uma das nossas bandeiras é a responsabilidade social, os alimentos arrecadados como ingresso foram entregues aos Banco de Alimentos.

Neste ano que estamos festejando muito mais do que quatro décadas de trabalho, nossas principais ações estão focadas no relacionamento com nossos mais de 3 mil associados. E nesta gestão voltada ao cliente, criamos os *Encontros Empresariais* - reuniões itinerantes



realizadas mensalmente nos bairros -, investimos constantemente em novas parcerias e convênios e, a partir deste mês de julho, estamos lançando a revista do comércio, uma publicação bimensal voltada ao associado, ao comércio, aos prestadores de serviços e à comunidade.

O Lojista - em Revista tem como único objetivo comunicar-se mais e melhor com os associados e o mercado. É a CDL Caxias informando tudo o que o mercado está fazendo em Caxias do Sul e as tendências lá fora. Não deixe de ler, sugerir, participar. **O Lojista - em Revista** é feita especialmente para você.

Uma ótima leitura!

Milton Corlatti
Presidente da
CDL de Caxias do Sul

Espaço do Leitor



Você pode participar da revista enviando mensagem para o e-mail **leitor@entercaxias.com.br**, telefones/fax **(54) 3028.2868 - 3028.3894** ou para a Rua Cel. Flores, 810, sala 700, Centro Comercial Silo, São Pelegrino, Cep 95034-060, Caxias do Sul (RS), com o assunto **O Lojista - em Revista**.

As correspondências devem ser encaminhadas com a identificação do remetente, empresa que trabalha, formação ou atividade que exerce. **O Lojista** reserva-se o direito de selecioná-las e resumi-las para publicação.

Anuncie

O Lojista - em Revista é uma publicação bimestral da CDL de Caxias do Sul. São 4 mil exemplares distribuídos gratuitamente

Faça parte

(54) 3028.3894




Modeladores Yoga

Conforto, qualidade e resultados

Compare antes de comprar!

25 anos provocando mudanças visíveis no corpo

Centro: Bento Gonçalves, 1621/05 - F: 54 **3028 6808**
São Pelegrino: Sinimbu, 2400/02 - F: 54 **3025 6245** ou **3215 4079**



Emagrecimento, Gordura Localizada, Celulite e Flacidez, Circulação Sangüínea, Coluna, Hérnia, Gestação, Pós Parto, Cirurgias plásticas e em geral.

*40 anos
colocando o comércio
caxiense na vitrine.*

Parabéns, CDL.



Há 40 anos o trabalho da CDL coloca em evidência a qualidade do comércio de Caxias do Sul, apoiando e incentivando ações de desenvolvimento e modernização. Para o Iguatemi é um grande orgulho contribuir para um comércio cada vez mais próspero e consumidores ainda mais exigentes e satisfeitos.

Uma homenagem dos 110 lojistas do Shopping Iguatemi.



Moda • Estilo • Lazer • Praticidade • Conforto • Diversão



Especialização e atendimento individualizado

Apresentar as principais tendências do varejo moderno e de que maneira o pequeno empresário deve se preparar para se manter no mercado e ver seu negócio crescer são os objetivos da entrevista da primeira edição do **O Lojista - em Revista**. Quem nos ajuda a responder a essas questões é a especialista em Gestão Empresarial Marilda Cecília Dall'Agno. Com 10 anos de atuação em consultoria de mercado para redes de lojas no Brasil, a instrutora de cursos de Vendas, Gestão e Liderança alerta para a tendência de especialização e atendimento individualizado, e para a constante qualificação das equipes de vendas.

OL – Qual o perfil do varejo caxiense?

Marilda Cecília Dall'Agno – Em linhas gerais percebe-se que o varejo caxiense demonstra-se imediatista, ou seja, investe em projetos de prospecção de clientes com visão de curto prazo e se esquece, ou não acredita, nos investimentos para a manuten-

ção desses clientes – relacionamento com visão de longo prazo. Também a qualificação profissional para satisfazer o cliente exigente e consciente de seus direitos é um desafio a ser vencido diariamente e que começa dentro da loja com base nas necessidades do mercado-alvo.

OL – Qual o impacto no varejo tradicional com a chegada de grandes redes?

Marilda – O maior impacto fica por conta da baixa economia de escala dos pequenos investidores do varejo tradicional. Sem poder de barganha, o varejista vê-se em um verdadeiro "campo de batalha". De um lado a pressão do mercado por especialização e atendimento individualizado que exige investimentos, e por outro, a frágil sustentabilidade das pequenas e médias empresas que envolve toda a gestão do negócio.

Mesmo frente a este cenário, os principais fatores relacionados à falência de empresas de varejo estão vinculados a outras questões. Segundo pes-

Gilmar Gomes



Marilda Cecília Dall'Agno

quisa do IBGE (2005), das 100 mil empresas que abrem por ano no Brasil, 58 mil fecham as portas antes de completar três anos, e 47,8% dessas estão no varejo. Ainda segundo o IBGE, os fatores negativos estão no gerenciamento e operacionalização pela falta de qualidade de controles internos, incapacidade de reação frente às novas tendências do mercado e ainda queda ou estagnação do faturamento. Isso tudo diretamente relacionado também à gestão ineficiente. ▸



IMPÉRIO DO VIDRO

(54) 3215.5272

:: Orçamento sem compromisso
:: Atendimento personalizado
:: Plantão aos sábados



- Espelhos
- Vitrinas
- Escadas
- Box Para Banheiro
- Fechamento de Sacadas
- Vidro Laminado
- Vidro Duplo Termo Acústico
- Portas Automáticas



OL – Como o pequeno varejo pode competir?

Marilda – As aquisições, a formação de associações e as cooperativas são uma tendência para os micro e pequenos empresários que desejam permanecer no mercado. O RS é uma referência nacional na formação de associações e conta com subsídios governamentais por meio do Projeto Redes de Cooperação da Sedai. A viabilização do projeto ocorre através de convênios com universidades, no caso de Caxias, por meio da UCS. Metodologia própria e consultores especializados subsidiam a formação dessas redes. A partir da associação, pequenas empresas de mesmo segmento passam a buscar alternativas nas áreas do marketing, negociação, inovação e expansão, partindo do princípio "vamos fazer juntos o que um sozinho já não é capaz." Na região já são mais de 25 associações que abrangem diversos segmentos, como moveleiro, vinícolas, floriculturas, academias de ginástica, malharias, restaurantes, eletroeletrônicos/segurança, videolocadoras, produtores rurais, farmácias. Mas uma das maiores dificuldades ainda reside na cultura do indi-

vidualismo que, em face às pressões do mercado, cedem lugar ao espírito associativista.

OL – Como será o varejo do futuro?

Marilda – A National Retail Federation, maior associação comercial de varejo do mundo, realiza encontros anuais para troca de informações com os melhores profissionais de varejo do mundo. No encontro deste ano (2006), as tendências mais destacadas foram a especialização e o atendimento individualizado. Percebe-se o descortinar de um varejo "expert" em seus segmentos, ou seja, no futuro próximo não haverá lugar para "amadores". A profissionalização do varejo é iminente. Não obstante, o consumidor busca, cada vez mais, por experiências positivas no lugar onde quer satisfazer suas necessidades (ponto de venda) e o varejo precisa proporcionar-lhe a realização desta expectativa além do esperado. Assim, projeta-se a possibilidade de existência de verdadeiros "centros de experiências", uma evolução no modelo dos shoppings atuais.

mcdallagno@hotmail.com

Dicas da consultora

- Quem está no comércio deve fazer uma opção pela forma de atendimento e modelo de negócio. Ou atuar como loja grande, com oferta ampla de produtos e grandes descontos, como os supermercados; ou atuar como loja especializada. Lojas que não oferecem mix e atendimento segmentado, com alto nível de especialização, nem um mix amplo e com preços competitivos, terão sérias dificuldades de se manter em operação.

- A especialização não exige a concentração de toda a área da loja para um segmento. Podemos usar o conceito de "store in store" ou "corner", ou seja, criar uma "loja" com mix e atendimento especializado apenas em uma área de seu ponto de venda, como um canto, uma ilha, um quiosque ou até mesmo uma gôndola, desde que bem sinalizada.

- Investimentos na qualificação da equipe de vendas é ingrediente primordial para o sucesso nesse novo varejo.

O Lojista

7

www.cdlicaxias.com.br

Corrente em busca do desenvolvimento econômico de Caxias e região!

A CIC, a mais antiga e representativa entidade do interior do estado, orgulha-se em homenagear a **CDL - CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS** - pelos seus **40 ANOS** de fundação.

O objetivo da CIC é atuar assegurando direitos e proporcionando recursos para gerar o crescimento das suas empresas/entidades associadas.

*"O passado nos orgulha...
...e o futuro nos desafia"*



www.cic-caxias.com.br

Rua Ítalo Victor Bersani, 1134 - Telefone 54 3218.8000



Quem não é visto...

Em um mercado concorrido, o que podemos fazer para sermos notados? "Além de um bom atendimento e produtos de qualidade, planejar o espaço físico é de fundamental importância, pois também disso dependerá a imagem que será formada pelos clientes do seu negócio. Duas premissas básicas devem ser consideradas: o aspecto externo e o planejamento físico interno", responde o arquiteto Gilnei Rafael Gomes.

Externamente, completa, a loja deve refletir o seu interior, o produto e o tipo de cliente com o qual se identifica. Para a maioria das lojas se aplica o uso de cores suaves e neutras, fazendo o contraponto entre fachada e vitrine. Gomes chama a atenção para regras que devem ser levadas em conta, mas sem esquecer que o que vale é o capricho e o bom senso.

"O lojista deve pensar com carinho na apresentação e ambientação da loja. Assim os clientes serão os primeiros a notar a dedicação e o respeito por eles", destaca o profissional.

Veja algumas dicas para quem está abrindo um ponto de vendas ou quer remodelar o seu.

Fachada

A fachada deve ter iluminação pontual, realçando o nome da loja e detalhes que a valorizem. É importante permeabilizar a vista entre o interior e o exterior, não criando anteparos que obstruam a visão de quem olha a vitrine e já quer dar uma passeada visual pela loja, o que desperta o desejo de entrar e faz o cliente sentir-se à vontade.

Iluminação

O interessante é fazer com que a iluminação externa seja complementar à ambientação das vitrines, que devem ser claras para valorizar o produto. Focos de luz incidindo

diretamente sobre o produto é uma das técnicas que pode ser usada. A iluminação deve ser generosa, mas não abusiva. Luminárias para lâmpadas fluorescentes brancas são indicadas, devido a sua luminescência e economia para espaços com uso prolongado. Não é adequado fazer da loja uma sala homogênea, salvo as pequenas. Convém montar seções diferentes entre si, mas coerentes com o conjunto.

Cores

Internamente, deve-se usar cores claras. O branco e os tons pastéis são recomendados. Pode-se usar tons mais fortes e vibrantes no revestimento de algumas paredes. A premissa básica é não esconder o produto. Independentemente das cores e tons, é recomendável que o forro seja branco.

Pisos

Os pisos mais recomendados são os vinílicos, de borracha, os cerâmicos e as pedras naturais ou reconstituídas. Os principais cuidados que devemos ter na escolha do mais apropriado são a resistência ao tráfego e a manutenção diária. O piso pode ser escuro, desde que as paredes sejam claras.



Gilnei Rafael Gomes



cooperação

Uma simples palavra pode mudar a sua vida

O Sicredi é uma instituição parceira que orienta e apóia os empreendedores de Caxias do Sul. A assistência financeira do Sicredi tem as taxas mais acessíveis entre as instituições financeiras. Sicredi é sinônimo de cooperativismo, a palavra-chave para o crescimento.



Você sabe encantar seu cliente?

Preço, qualidade e um bom ponto já são requisitos mínimos no varejo. Num mercado aberto e globalizado, a diferença entre se destacar da concorrência, planar na média ou fracassar nos negócios depende de um fator básico: atendimento. Matéria composta por variada gama de disciplinas, que vão do marketing propriamente dito à arquitetura e decoração da loja, da vitrine ao balcão, da arrumação de prateleiras ao treinamento de vendedores. Tudo permeado por aconchego e boa educação.

Conalep Vallarta

O bê-á-bá da conquista

- ◆ Cumprimente o cliente com um aperto de mão na entrada e na saída. Pergunte seu nome e se apresente;
- ◆ Deixe bem claro, na imposição de voz e na postura, que ele está diante de um profissional prazeroso com sua atividade;
- ◆ Ofereça água ou café;
- ◆ Se possível, tenha à mão amostras, pequenos brindes e descontos inesperados (arredondar centavos no caixa, por exemplo);
- ◆ Pergunte-lhe se conhece o produto ou o atendimento da casa. Se a resposta for negativa, dê-lhe informações a respeito;
- ◆ Saiba o que o cliente procura, exatamente, e apresente a ele propostas condizentes com sua expectativa.

Tendências para o visual

- ◆ Opte pela ambientação com jeito de residência, para o cliente se sentir em casa;
- ◆ Use, no interior, elementos versáteis e móveis;
- ◆ Evite balcões, para não criar barreiras entre cliente e vendedor;
- ◆ Crie pontos focais na área de exposição, para destacar a importância de um produto ou de um mix (em lojas de roupas, por exemplo, mostrar como ficam peças combinadas; em alimentos, agrupar principais e complementares).

Organizando as prateleiras

- ◆ Mantenha-as sempre cheias, com os principais produtos bem visíveis. Deixe tudo muito limpo e impecável;
- ◆ Em lojas de vestuário, abuse dos degradês, com peças em poucos dobramentos;
- ◆ Coloque as araras em altura confortável para a clientela;
- ◆ Use adequadamente a iluminação, no fundo ou em cima;
- ◆ Quando a loja for self-service deixe os preços bem visíveis.

O que evitar, sempre

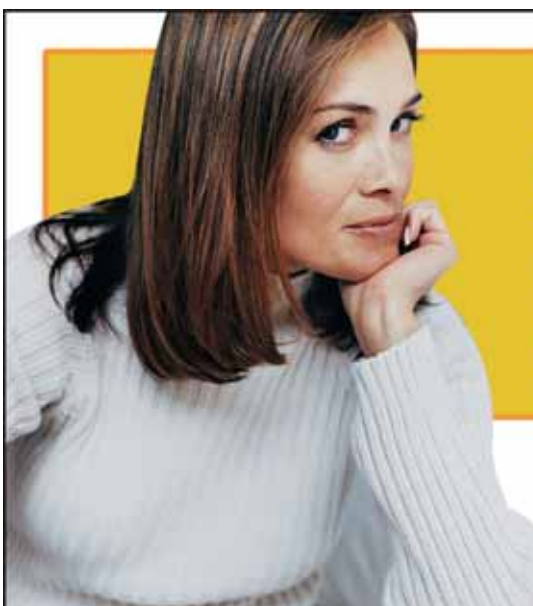
- ◆ A rotineira pergunta: "posso ajudar?", quando alguém se aproxima das vitrines ou entra na loja. A resposta, invariavelmente, será: "Não, estou só olhando!". O cliente prefere se sentir livre para escolher o vendedor;
- ◆ Rodinhas de vendedores no fundo da loja;
- ◆ Oferecer produtos adicionais sem retirá-los das prateleiras. Eles devem ser manuseados à vontade pelo cliente;
- ◆ A frase: "se não gostar, pode trocar". A disposição, nesse sentido, deve ser expressa de maneira positiva. Se for um presente, por exemplo, melhor dizer algo como: "tenho certeza de que a pessoa vai gostar, mas se quiser outro tamanho ou modelo, basta falar com a gente".

Fonte: Sebrae

O Lojista

www.cdlexias.com.br

9



Para quem simplifica a vida todos os momentos são especiais.

Uma união de beleza e resistência vão compor sua cozinha. A linha de porcelanas Schmidt é perfeita para o seu dia-a-dia.

Na Porcelana & Cia você também encontra a linha profissional Schmidt.



Porcelana & Cia.
utilidades para a lar

Aceita Cartões de Crédito:



Estacionamento para clientes: (Classe A Parking)



SCHMIDT

Pinheiro Machado, 2528 Fone/Fax: 54 3221.0044

Desvende esse mistério.

in foco

O desejo de ver, conhecer e experimentar coisas novas fez com que o homem evoluísse. E foi com esse espírito que a Vinícola Irmãos Motter elaborou os vinhos Segreto. Produzidos em pequena quantidade, apresentam características únicas que os tornam realmente especiais. Segreto. Um brinde aos sentidos.



D'Motter
à sua saúde

Rua Antônio Fantinel, 160 Bairro Kaiser
Caxias do Sul - RS Fone: (54) 3028.5040
www.vinhosdmotter.com.br

Atendimento amigo e honestidade

De associado para associado

"Hoje as pessoas estão mais exigentes, o público feminino, principalmente, gosta de novidades, de andar na moda e de sentir que está usando uma peça exclusiva. Já se foi o tempo em que se comprava uma grande quantidade de peças e se vendia tudo. Hoje não há mais a necessidade de grandes estoques".

Neusa Maria Webber Demori



Neusa Maria com o filho Juliano, gerente da loja

Em 1979 quando o casal Getúlio Demori e Neusa Maria Webber Demori abriram, com a amiga Helena Giacomelli, uma loja de cama, mesa, banho e artigos masculino e feminino no número 360 da Rua Angelina Michelin, os moradores do bairro Cruzeiro precisavam atravessar a BR-116 para fazer suas compras. Primeiros a investir no ramo do vestuário naquela região, inauguraram a Loja de Confecções Demori alicerçados na experiência de alfaiate de Getúlio e de costureira de Neusa.

"Nos primeiros três meses já tínhamos 80 fregueses cadastrados no crediário e muitas pessoas vinham do Interior para comprar", lembra Getúlio, que por 20 anos trabalhou como alfaiate, antes de ser eleito vereador pela primeira vez (hoje aposentado da política).

Um tempo depois, Helena partiu para seu próprio negócio e abriu uma loja no Bairro Rio Branco, onde atende até hoje, e o casal Demori passou a administrar o estabelecimento sozinho. "No início, tínhamos apenas uma funcionária - que, aliás, trabalha com a gente até hoje -, mas, com o crescimento do negócio logo se juntaram outras atendentes. Como éramos apenas nós no bairro, não demorou muito para termos de contratar outras funcionárias, houve

uma época que chegamos a ter seis atendentes", lembra Neusa, comentando que hoje ela, Getúlio, o filho Juliano (atual gerente e que está se preparando para assumir o negócio dos pais) ajudam as três funcionárias no atendimento. Hoje, a loja vende também artigos infantis e roupas para festas e há nove anos recebe contas de água, luz, telefone. "Apesar de exigir mais, é um serviço extra que oferecemos à comunidade e aos nossos clientes", diz Getúlio.

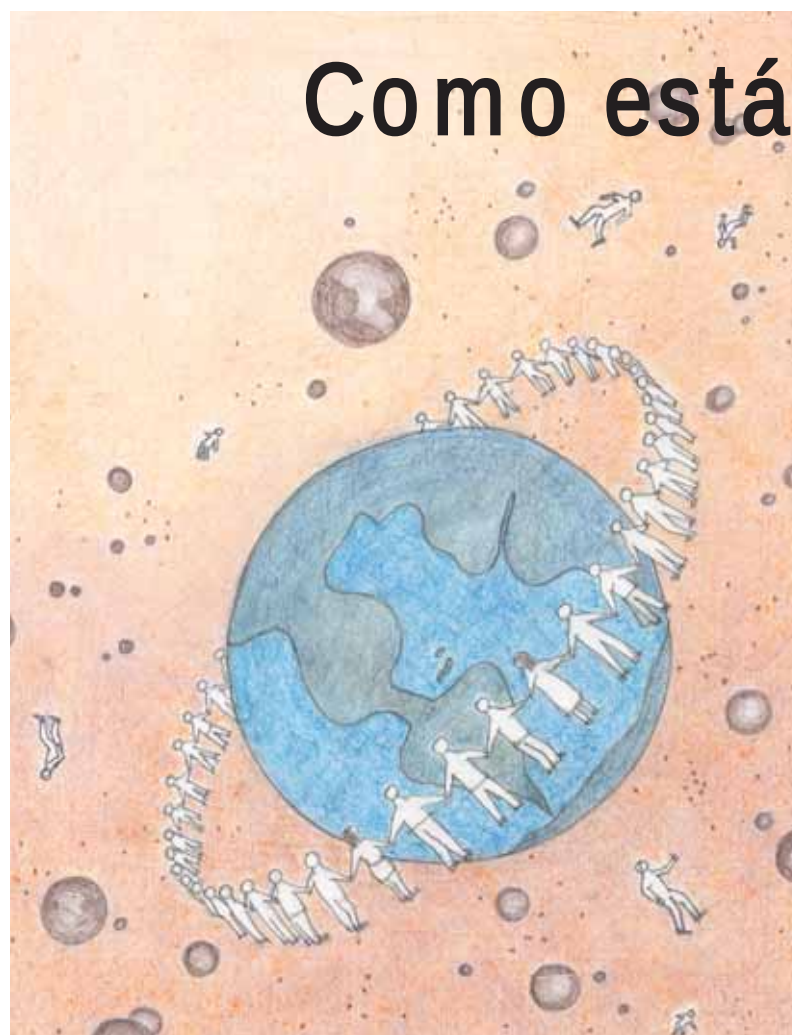
"Nossos clientes são fiéis. Hoje temos em nossa carteira mais de 2,5 mil e a grande maioria é de pessoas que compram com a gente há mais de 20 anos. Alguns mudaram de bairro, mas continuam comprando na nossa loja", conta orgulhosa Neusa. O segredo do casamento duradouro, diz a empresária, está no atendimento amigo e na honestidade. "Muitas vezes as pessoas ligam à noite ou aos domingos porque surgiu um imprevisto e precisam de alguma roupa. Elas têm essa liberdade porque sabem que podem contar com a gente", conta.

Outro fator que

ajuda a manter os clientes, e, conseqüentemente, conquistar novos, é o atendimento 'dos donos'. "Como a nossa relação é de mútua confiança, muitos clientes querem o nosso apoio na hora de decidir por essa ou aquela peça. Muitas vendas só se concretizam depois que eu digo que gostei", afirma Neusa.

Associada à CDL Caxias desde que abriu a Confecções Demori, a empresária diz que entre as regras criadas na loja está a pesquisa ao Serviço de Proteção ao Crédito (SPC). "No início ficava com medo em perder a venda porque consultava o cheque ou o nome da pessoa antes de liberar a compra ou abrir o crediário. Mas esse receio acabou. Hoje sei que conquistamos muitos clientes porque mostramos que somos uma loja séria", ensina a lojista.





Como está o relacionamento da sua empresa

A troca de experiências proporcionada por encontros, palestras e convenções estão entre as dicas dos consultores para ampliar a rede de relacionamentos e estar sempre atualizado com as novidades

No mundo competitivo das empresas - seja ela grande ou pequena -, quem considera que seu negócio está pronto e acabado é um forte candidato a perder mercado para a voraz e acirrada concorrência do dia-a-dia. O tempo, a competitividade e fatores culturais ditam novas regras e enviam sinais de alerta que, negligenciados, poderão levar a empresa a perder espaço.

Hoje, mais do que nunca, uma das principais qualidades de um empreendedor é a de desconfiar do modo com que as coisas estão estabelecidas. A inovação não se resume na agressividade mercadológica ou na propaganda e lançamento de novos produtos, mas também nos sistemas administrativos e operacionais. Apostar na profissionalização dos processos de gestão e no desenvolvimento de uma visão integrada dos riscos e das oportunidades é o caminho para que as estratégias de crescimento tenham êxito.

Mas como ter uma empresa moderna sem perder as raízes que lhe deram sustentação? Jorge Gerdaui Johannpetter defende que *"não existe uma empresa moderna. Existem pessoas modernas"*, e está aí o segredo. A receita, aplicada com êxito por um dos ícones da indústria brasileira, se encaixa perfeitamente no dia-a-dia do varejo, um dos segmentos mais competitivos do mundo dos negócios. Mas a esse conceito, ensinam os consultores, os lojistas devem acrescentar outros ingredientes, como a contínua atualização, a manutenção e ampliação da rede de relacionamentos ou *network*, e o *benchmarking*, que já faz parte do planejamento de pequenas e grandes organizações.

"Estar atualizado é muito mais que saber o que está acontecendo ao seu redor, é apostar no seu próprio treinamento, que deve ser contínuo e permanente", destaca Valdir Medeiros *headhunter* (caçador de talentos) da Medeiros Executive Search, que tem como slogan *"passo curto, vista longa... e um pouco de ousadia"*. E manter-se atualizado, afirma, é muito mais fácil e rentável do que se pensa. "Ler jornais, revistas, livros, assistir aos noticiários, participar de cursos, palestras, convenções, fazer parte de entidades são a melhor, e mais barata, forma de acesso às novidades e de ampliar relacionamentos."

Medeiros acrescenta que hoje o que diferencia um

lojista do outro é o *network*, os contatos e os relacionamentos que podem ajudá-lo a alcançar seus objetivos, uma corrente de troca de experiências. "Você aumenta sua credibilidade e a confiança em você e em seus produtos", ensina Bruce Siedman, do Sandler Sales Institute, empresa especializada na consultoria e treinamento para equipes de vendas. Para Siedman, investir no *network* é saber cuidar bem das pessoas. É contato pessoal e não um banco de dados. Em outras palavras, *network* é marketing boca a boca.

Pouco investimento e retorno garantido

Essa troca de experiências é, de acordo com Medeiros, a forma mais acessível e barata de se manter atualizado no mercado e encontrar as soluções para o seu negócio. "Muitas vezes o empresário não percebe como é importante e saudável para o seu negócio participar de palestras, congressos, convenções, estar no meio onde as coisas acontecem e as decisões são tomadas. Nesses locais o acesso às novidades é inevitável e o retorno é certo", frisa, citando que as visitas técnicas - uma ferramenta muito usada no meio industrial - já começam a ganhar força no comércio. "A utopia de que abrir sua loja para a troca de idéias é entregar o 'ouro para o bandido' está ultrapassada. Os empreendedores de visão estão aderindo ao *benchmarking*, uma técnica moderna que vem sendo usada com sucesso no meio empresarial e que busca no comparativo a melhoria da performance do negócio. Essa ferramenta, inclusive, já é estimulada pelo PGPQ", reforça.

O professor cita como exemplo as palestras e *workshops* que serão proporcionados pela 37ª *Convenção Estadual Lojista* que a CDL e a FCDL estão promovendo em Caxias de 16 a 18 de julho. "Esses encontros são verdadeiras minas de ouro. É aí que os lojistas têm a chance de ver de perto o que os outros lojistas estão fazendo, para que lado o setor está caminhando e de que forma essas informações podem ser absorvidas e aproveitadas na sua loja", frisa. Além da Convenção, que tem como slogan *Conquistar e Vender sem Medo da Globalização*, integram o evento, que acontece no Hotel InterCity, o 36º *Seminário Estadual de Serviços de Proteção ao Crédito (SPCs)* e o 7º *Encontro Estadual de CDL Jovem*.

Desafios dos Gestores

1. Atrair, manter e desenvolver talentos
2. Manter um ambiente de alto desempenho
3. Pensar e planejar estrategicamente
4. Gerenciar o tempo e o estresse
5. Produzir produtos e serviços de alta qualidade
6. Permanecer à frente da concorrência
7. Aumentar a satisfação do cliente
8. Alinhar a visão, estratégia e ação
9. Manter o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal
10. Melhorar processos internos

Fonte: pesquisa com Executivos Americanos

Competências Essenciais

1. Visão de Futuro
2. Gestão de Resultados
3. Inovação
4. Foco no Cliente
5. Negociação
6. Liderança Educadora
7. Gestão de Mudança

Fonte: Cícero D. Penha - Universidade Algar

Perfil do Gestor

1. Estar orientado para processos, pessoas e resultados
2. Capacidade de estabelecer e cultivar ampla rede de relações no ambiente de trabalho e fora dele
3. Habilidade para tratar com pessoas de todos os níveis
4. Capacidade para realizar e assumir riscos
5. Ser ético e íntegro
6. Ter visão de futuro e capacidade de planejamento
7. Flexibilidade e capacidade para adaptar-se a mudanças
8. Ter habilidade em negociação
9. Ter espírito inovador e criativo
10. Ter boa liderança e exercê-la através do exemplo
11. Ter energia e dinamismo
12. Ter habilidade em solucionar problemas
13. Ser bom comunicador, articulador e assertivo
14. Formação acadêmica sólida com conhecimentos multidisciplinares atualizados

Fonte: Atendimento ao Cliente, de Nanci Pilares

Conheça os termos

O que é benchmarking: é um dos mais úteis instrumentos de gestão para melhorar o desempenho das empresas e conquistar a superioridade em relação à concorrência. Baseia-se na aprendizagem das melhores experiências de empresas similares e ajuda a explicar todo o processo que envolve uma excelente "performance" empresarial. A essência desse instrumento parte do princípio de que nenhuma empresa é a melhor em tudo, o que implica reconhecer que existe no mercado quem faz melhor do que nós. Habitualmente, um processo de benchmarking arranca quando se constata que a empresa está reduzindo sua rentabilidade.

O que é network: é uma corrente de conexões que se cruza em intervalos regulares envolvendo contatos e relacionamentos que podem ajudá-lo a alcançar seus objetivos. O objetivo dessa corrente, em que a troca de cartões e o bate papo são as principais ferramentas, é aproximar as pessoas não só para os negócios mas também para aumentar a rede de relacionamentos.



Aproveite o calendário para vender mais

Datas comemorativas sempre estimulam o mercado. Explorar essas épocas festivas para vender mais é uma ótima oportunidade para alavancar os negócios e, conhecer o cliente é o diferencial entre seu negócio e o de seu concorrente. Por isso, você precisa observar e analisar quem faz compras em sua loja... Isso vai lhe fornecer informações preciosas não apenas para conquistá-lo em datas comemorativas, mas durante todo o ano. Pois assim, mesmo quando o mercado enfrenta períodos de baixa, o lojista que conhece os desejos de seu consumidor consegue dri-

blar as crises. Isso porque estimula a compra a partir de uma vontade e não de uma necessidade.

A importância de investir nas datas festivas é o tema da nossa conversa com o professor de Marketing da Faculdade da Serra Gaúcha (FSG), Emir Redaelli, lembrando que no próximo dia 13 de agosto é *Dia dos Pais*.

OL – Qual a importância para o lojista trabalhar o calendário de marketing?

Emir Redaelli – Essa ferramenta propicia estabelecer a relação correta entre o evento social ou cultural

para ativar mercadologicamente ações cujo posicionamento dependa de estímulos de significados. Nesse sentido, como os consumidores estão mais propícios à atenção seletiva decorrente da data, o lojista poderá atuar mais corretamente sobre o mix de marketing, propiciando otimizar suas ações de comunicação com o mercado-alvo e as ações de promoção de vendas para ativar negócios.

OL – Como esse planejamento pode alavancar as vendas?

ER – Se o lojista se prepara com o tempo conveniente, o que conceitualmente é planejamento, então poderá elaborar um cronograma de ações para a ativação mercadológica adequada à data comemorativa. Assim, ao pensar estrategicamente, ele poderá agir pró-ativamente e não reativamente no mercado. O ganho percentual de quem atua assim é maior, porque, apesar da inundação de mensagens promocionais, o consumidor está ávido por novos produtos ou novas formas de obter os seus objetos de desejo. O lojista poderá, ao se planejar, ser o facilitador do cliente, sendo a ponte que liga o que ele quer com a maneira de obter isso. ▶



Gilmar Gomes



*Esta Aliança
Faz muito por Você*



Rua Coronel Flores, 376
Fone/Fax: 54 3223-3369
www.topdown.inf.br



OL – Que tipos de ações e promoções os lojistas devem realizar para atrair clientes?

ER – Antes de mais nada, o lojista deve compreender como é o seu negócio e o que os clientes valorizam nele. A partir daí, temos conhecidas a competência do negócio, seu posicionamento e diferenciais competitivos. Uma promoção adequada é aquela que vai ao encontro das expectativas dos clientes-alvo. Conhecer o cliente e o seu perfil de compra ajuda a planejar ações adequadas às expectativas dele. Assim, as promoções fazem sentido quando não corrompem a posição estratégica competitiva que foi construída e que é pertinente à imagem da organização. Em alguma coisa a loja tem sua unicidade, seu jeito único de ser, e investir em potencializar esse diferencial é a única arma competitiva que pode tirar a loja do lugar comum, do *commodity*.

OL – Existem datas que não são tão exploradas pelo comércio (Avós, Solteiros...). Como elas

podem ser aproveitadas?

ER – As datas representativas a eventos mais significativos a ocasiões particularizadas podem ser aproveitadas na medida em que se souber exatamente o perfil de seus clientes e, a partir daí, alinhar as promoções a elas. Como exemplo, uma loja que trabalhe com artigos de presentes pode explorar o Dia do Solteiro, algo como "dando um tempo para si mesmo" e ofertar produtos que promovam o jeito sozinho de viver. Outra sugestão é que o lojista tenha um banco de dados de sua carteira de clientes representativa, e, nestes dias, promova com um diferencial o evento para esses clientes, tirando-os da vala comum dos consumidores e colocando-os na sua lista de preferências. Quem não quer ser lembrado quando uma data especial ocorre e que seja pertinente ao seu estilo ou situação. No entanto, isso exige uma atitude pró-ativa e não reativa.

OL – Já que o calendário é comum a todos, como se diferen-

ciar e ser criativo?

ER – Aí está justamente o ponto de ouro. Fazer o que todos fazem para todos da mesma forma é um erro muito comum. Como dito, nada é tão desigual que tratar os diferentes de forma igual. Se o lojista conhece sua carteira de clientes preferenciais, no momento adequado ele poderá lançar mão do perfil de compra e adequar à oferta promocional. Por exemplo, se um cliente compra regularmente da loja produtos específicos e se a loja conhece esse tipo de comportamento com relativa precisão, poderá então ofertar com exclusividade para esse perfil de cliente que se constitui num *cluster* de consumidores, uma oferta diferenciada da dos demais. Isso fideliza, porque o cliente passa a se sentir único e percebe o tratamento diferenciado. Ganha o lojista que, saindo do lugar comum onde todos simplesmente oferecem tudo para todos, passa a ofertar produto certo para cliente certo.

emir.redaelli@terra.com.br



Emir Redaelli



Planos de Assistência Funeral.

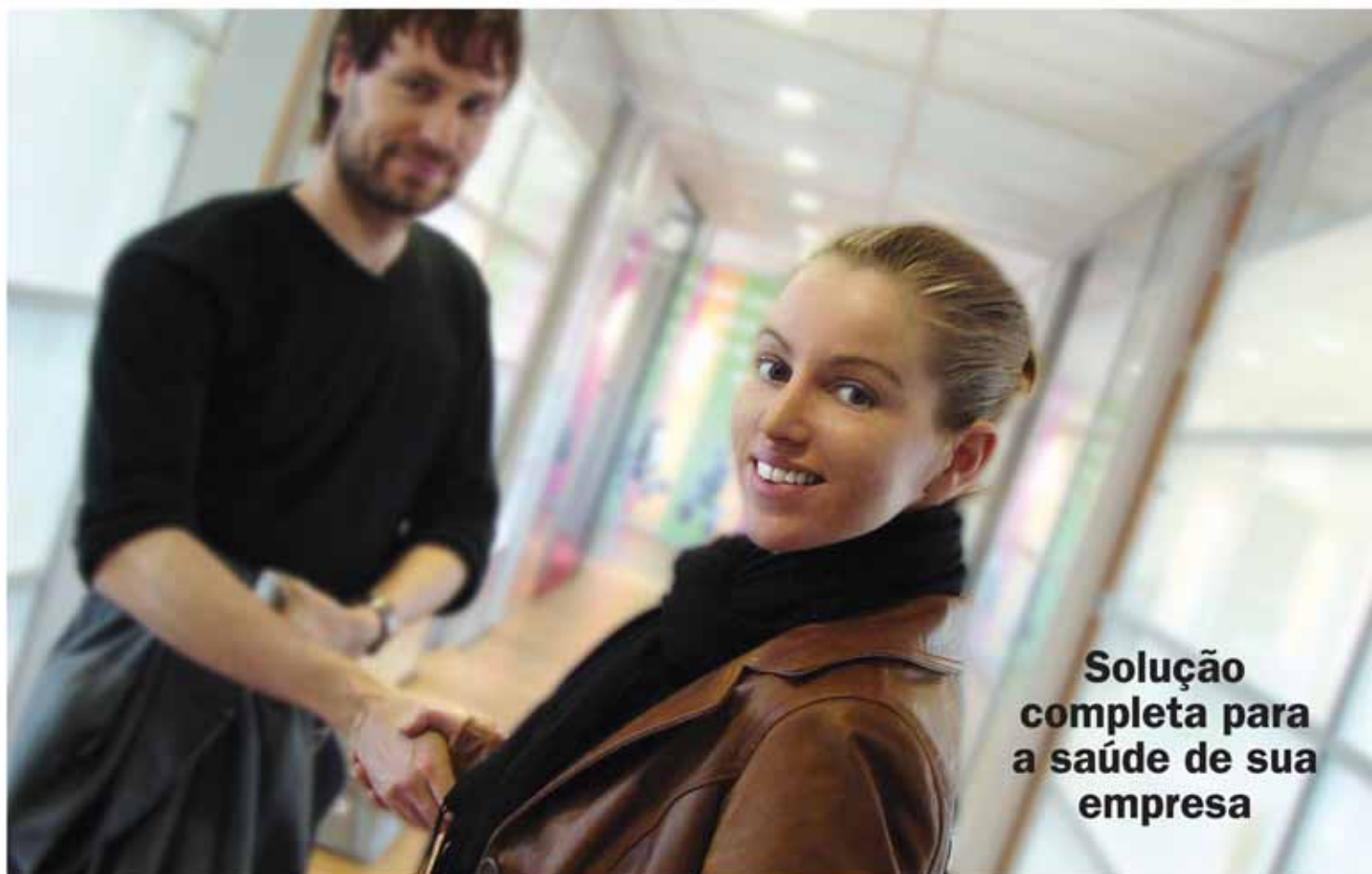
*Adquira um de nossos planos e deixe
tranquilo quem você mais ama.*

Com o seu cartão de associado Cristo Redentor em mãos você terá um desconto especial em toda a rede de Postos Di Trento, nosso mais novo parceiro.

**Maiores informações: (54) 3225.5190 e (54) 3225.1011 - formolo@formolo.com
Rua 20 de Setembro, 3230 - B. São Pelegrino - 95020-450 - Caxias do Sul - RS**

Parceria Saudável CDL e Unimed

JDA Procupe



**Solução
completa para
a saúde de sua
empresa**

A Unimed Nordeste-RS e o CDL Caxias mantêm uma parceria que possibilita que você possa contratar planos de saúde empresariais e serviços a preços especiais e diferenciados. Aproveite essa vantagem e passe a contar com toda a proteção que só o maior e melhor plano de saúde do Brasil pode oferecer.

ANS - n° 325571

Planos Empresariais Unimed

Atendimento Nacional por meio do Sistema Cooperativo Unimed de Intercâmbio

Mais de mil médicos cooperados em todas as especialidades

Além do Hospital Unimed, oferecemos a maior rede de hospitais credenciados na região de abrangência geográfica da Unimed Nordeste-RS

Maior estrutura para exames de diagnósticos, laboratórios e clínicas da região

SOS Remoções e Uniair, em casos de urgências e emergências médicas, realizam serviços de remoção, terrestre ou aéreo, entre hospitais e clínicas

UNIMEDicamentos, programa de descontos em medicamentos em diversas farmácias credenciadas

Convênio em odontologia e psicologia

Medicina Preventiva: promove programas especiais de prevenção que visam informar e auxiliar as pessoas que buscam saúde integral e qualidade de vida

**Maiores informações na sede do
CDL Caxias do Sul ou através do fone: (54) 3209.9977**

Acidente de Trabalho

Com o Acidente de Trabalho da Unimed, os seus funcionários estão assegurados pelo atendimento médico e hospitalar oferecido nos momentos em que se torna necessário realizar procedimentos relacionados a acidente de trabalho e de percurso.

SOS Emergência

Os clientes Unimed podem contratar, junto ao seu plano de saúde, o SOS Emergência - serviço de remoção em casos de urgências e emergências médicas. Completa infra-estrutura para prestar atendimento pré-hospitalar no local protegido, dentro do perímetro urbano de Caxias do Sul.

Unimed 
Nordeste-RS

Como anda a saúde do seu crediário

Com certeza você já ouviu um antigo ditado do comércio: Crédito não se recusa, se dificulta. Outra certeza é de que, se essa máxima recebesse mais atenção na hora de liberar o crédito, muitos lojistas veriam sua taxa de inadimplência reduzir consideravelmente. "Muitas vezes, na ânsia de garantir uma venda, fechar metas, lojista, vendedor e atendente de crediário acabam não colocando em prática uma antiga, mas nunca ultrapassada, regra: consultar o Serviço de Proteção do Crédito (SPC)", frisa o diretor do SPC Brasil, Pedrinho Ferrarini.

"As causas da inadimplência podem ser de origem externa (desemprego), problemas de crédito (excesso de crédito), de processo (devolução de fatura) ou até mesmo "furos" de caixa", destaca Vanda Sotero, consultora sênior da Witrisk Consultoria em

Gestão de Riscos. Para reduzir esses riscos, a dica da consultora é começar por 'casa'. "O gestor deve minimizar os geradores de inadimplência causados pela própria empresa, como um processo de faturamento ineficiente, um documento de cobrança mal-elaborado, correspondências que não chegam ao cliente, poucos pontos de arrecadação, dificuldades de obtenção de 2ª via e pagamentos em contas sem a devida identificação", ensina.

Além disso, uma boa ficha cadastral, que deve ser atualizada periodicamente, pode fazer toda a diferença. "Outra estratégia que pode ser posta em prática na hora da venda é estabelecer um limite de crédito", comenta Ferrarini. No caso da inadimplência, o lojista tem no máximo 90 dias para efetuar o registro no SPC, depois desse prazo o associado paga uma multa de cinco vezes o valor da consulta. "Por isso o lojista deve registrar o quanto antes, assim evita que o cliente continue comprando no comércio", salienta Ferrarini, acrescentando que ferramentas para reduzir os riscos da inadimplência não faltam.

São várias as modalidades de consultas ao SPC que agilizam a análise e a aprovação do crédito. Além da consulta via atendente, é possível fazer a pesquisa utilizando meios eletrônicos como a URA e Internet.



Unidade de Resposta Audível

Com a URA o associado tem acesso aos serviços do SPC 24 horas por dia, inclusive aos sábados, domingos e feriados. O sistema é similar ao tele-saldo e está integrado ao Banco de Dados do SPC. Outra vantagem é que a consulta via URA é mais barata se comparada às efetuadas via atendente.

Pertochek SPC

Este equipamento é um grande aliado na redução da inadimplência com cheques, pois, além de preencher o documento, faz a consulta automática na base de dados do SPC para saber se há alguma restrição. O processo é extremamente ágil, pois as informações aparecem no visor em segundos

sem que o cliente perceba que seu cheque, além de estar sendo impresso, está sendo consultado.

Identificador de Cédulas Falsas

Com o Identichex o associado pode identificar a veracidade de documentos e cédulas. Este equipamento que a CDL coloca à disposição de seus associados tem baixo custo de energia, ocupa pouco espaço no balcão e tem um ano de garantia. Cédulas (papel e plásticas), dólares americanos, cartões de crédito, Carteira de Identidade, cheque viagem, vale-refeição, recibo de quitação e certificado de propriedade de veículos, vale-pedágio e cheques estão entre os documentos que podem ser consultados.



Treinamento gratuito aos associados

Para ajudar o associado a consultar corretamente as informações, a CDL está realizando o Treinamento de Reciclagem. No curso, totalmente gratuito, o associado ou a atendente de crediário irão aprender sobre os tipos de consulta, demonstrações de respostas, procedimentos de inclusão e exclusão SPC/cheque e os tipos de acesso para consulta/inclusão/exclusão. As reservas para as turmas já estão abertas.

- ◆ **Dias:** de segunda a sexta-feira
- ◆ **Horário:** das 8h30min às 10h
- ◆ **Turmas:** 10 associados/turma

Fone: 3209.9964 ou 3209.9977



Dos deveres

Estamos presenciando uma das maiores crises morais da história de nosso país. Os poderes máximos nacionais; Executivo, Legislativo e Judiciário têm produzido um arsenal devastador de condutas controvertidas, cujo poder de destruição já se faz sentir em todos os segmentos da sociedade brasileira. E, nós? Será que estamos exercendo o papel de empresários e cidadãos de forma efetiva e contundente com o fim de reverter essa triste realidade?

Quando me deparo com questões relativas à conduta pessoal, política e socialmente corretas a serem adotadas, imediatamente me reporto ao livro *Dos Deveres*, magistralmente escrito por Marco Túlio Cícero, em meados do século I a.C. Entendo-a como uma obra genial por dois aspectos relevantes: primeiro, pelo alto valor perceptivo revelado pelo autor quanto às inquietudes e ansiedades que desafiam a humanidade na busca da perfeição do Ser; segundo, pelo fato de tão visionária e esclarecedora obra ser escrita há mais de 2000 anos e estar, ainda, atual. Observa-se, com isso, o quão pouco a humanidade evoluiu no entendimento do ser humano e suas relações com o meio que a circunda. O pouco que

acrescentou à descoberta e vivência dos aspectos axiológicos, sua visão científica de conduta e, portanto, do dever ser, desde tão longínqua época. Com isso, as eras seguintes forjam o palco, onde brilha a fraqueza de caráter, a degeneração moral e ética que leva o homem, dramaticamente, à submissão etérea dos caprichos da volúpia e da visão cooptada com o curto prazo.

O útil se instala como objetivo primordial e o dever ter aliado à sede de poder, suplantam o dever ser. Vive-se no mundo "moral" da posse e da propriedade. Porém, segundo Cícero, a honestidade é originada da natureza e quando o homem adquire um mínimo de estabilidade e tranqüilidade, aflora a sua essência natural de buscar a felicidade por meio da descoberta da verdade suprema, simbioticamente relacionada com a honestidade do ser. A esperança permanece! Sabemos que a humanidade unida e comprometida com um novo ideal é capaz de muito. Os avanços tecnológicos por ela conquistados superaram todas as expectativas imagináveis e são prova indelével da sua capacidade de realização.

Portanto, fica evidente a possibi-



lidade de evoluirmos, também, nas ciências humanas, políticas e sociais. Basta querer. Se nossos governantes não estão fazendo a parte que lhes foi consignada, que nós saibamos fazer a nossa. Utilizemos o poder de nosso voto. Sejamos o exemplo de conduta esperada pelos nossos colaboradores. Façamos o uso adequado das facilidades conquistadas através do avanço tecnológico para aglutinar forças nesse sentido. Então, nossa missão será a de restabelecer o equilíbrio tecnológico-moral perdido. Suavemente, abrir mão do primeiro a fim de nos reencontrarmos novamente com o segundo; o verdadeiro sentido do ser e sua magnífica essência.

André Magnabosco

* Este espaço foi criado para que o associado possa manifestar sua opinião sobre os assuntos que considere importante. O associado interessado em participar desta seção deve entrar em contato pelo e-mail leitor@entercaxias.com.br ou pelo telefone (54) 3028.3894.



Despachante São José

Associado da CDL tem serviços gratuitos

Av. Júlio de Castilhos, 987 (junto ao Recreio Guarany) – Telefone: (54) 3208.3800

O SPC sabe mais sobre quem compra porque está sempre ao lado de quem vende.

Na hora de aprovar qualquer venda a crédito, consulte com o mais completo banco de dados do país. O Serviço de Proteção ao Crédito garante informações ágeis e completas, garantindo maior segurança em suas transações comerciais. E o principal motivo para o SPC conhecer tanto sobre seus clientes é que ele conta há 51 anos com quem sabe tudo sobre eles: os próprios lojistas.



www.cdl-poa.com.br
www.spcrs.com.br



A gente sabe em quem confiar.



Unimed Nordeste



Curso in company

Até o final de novembro, a CDL Ensino estará realizando um treinamento especial para secretárias de consultórios médicos da Unimed. O curso in company iniciou em maio e está sendo realizado aos sábados pela manhã no Auditório de Medicina Preventiva. Até novembro deste ano acontecem 13 treinamentos com turmas de 25 profissionais. O Curso Intensivo de Atendimento para Secretárias de Consultórios Médicos foi desenvolvido pela CDL Ensino especialmente para a Unimed e tem por objetivo desenvolver habilidades e conhecimentos necessários para um bom atendimento aos clientes na área de saúde.

No mês de agosto, a CDL Ensino realiza o curso *Excelência no Atendimento* na CDL de Vacaria.

CDL Empregos implanta sistema de agendamento

Para atender à crescente procura de candidatos por vagas no mercado de trabalho, a CDL Empregos implantou um novo sistema de agendamento de entrevistas. A partir de agora, os interessados em deixar currículos para disputar um emprego no comércio deverão agendar um horário. Esse contato com o departamento poderá ser feito pessoalmente no 5º andar do Palácio do Comércio ou pelo telefone (54) 3209.9979.

"Além de auxiliar os

associados no processo de recrutamento e seleção de funcionários, a CDL Empregos elabora o perfil dos candidatos e presta consultoria nas áreas organizacional e comportamental", explica a diretora Parvati Posser.

Ao serviço de consultoria inclui-se o Diagnóstico Organizacional e, a partir dele, é traçado um plano de ação de acordo com as necessidades de cada empresa, como treinamentos, desenvolvimento de líderes e de equipes.

Números de 2006

- ◆ O número de colocações no mercado de trabalho cresceu **41%** nos primeiros cinco meses de 2006 em relação ao mesmo período de 2005
- ◆ O crescimento de vagas abertas foi de **22%** neste mesmo período

Você está sem plano de saúde?

Até 30 de julho, as novas vidas cadastradas pela CDL em um plano de saúde Unimed terão carência zero em consultas e exames simples, isenção de taxa de inscrição e ainda ganharão um brinde: o beneficiário titular leva para casa um boneco do Dr. Saudável. A promoção *Vida Nova Parceria Premiada Unimed* faz parte das vantagens que a Unimed está oferecendo aos associados da entidade, que incluem ainda 98 mil médicos, dezenas de hospitais próprios (um deles em Caxias) além de mais de 3,5 mil hospitais credenciados espalhados pelo Brasil. Mais informações pelo fone (54) 3209.9977.

CDL Cobrança

A Foccus Assessoria de Cobrança é a nova parceira da CDL Caxias. A ampliação no número de empresas que prestam esse serviço tem por objetivo dar um retorno mais rápido aos associados. Atualmente a cobrança de títulos e de cheques sem-fundos era feita apenas pela BL Serviços de Cobrança. "Acreditamos que a parceria com outras empresas de cobrança ainda deverá acontecer", destaca o diretor da CDL Cobranças, Valmor Concatto.

CDL Caxias



Abertura do Comércio

Preocupada com a apresentação de um projeto de lei sobre a abertura do comércio aos domingos, a CDL Caxias convidou os vereadores que assinaram o projeto para um encontro na entidade. O objetivo da diretoria foi esclarecer aos parlamentares a importância da manutenção da livre iniciativa. Participaram da reunião os vereadores Francisco Spiandorello, Edson da Rosa, Geni Peteffi e Felipe Gremelmaier.

Cliente Oculto já está nas ruas

O Prêmio Loja Modelo – *Cliente Oculto* já está realizando a pesquisa do bom atendimento nos estabelecimentos que se inscreveram nesta quarta edição. Os avaliadores – contratados pela CDL e treinados pela FSG – se farão passar por clientes, simulando compras nas lojas cadastradas. Ao final do trabalho, a loja receberá um relatório das análises e percepções observadas nas visitas. O resultado será divulgado em novembro.

Fotos CDL Caxias



Homens na Cozinha

A quinta edição do *Uomo na Cucina* - Homens na Cozinha reuniu mais de 870 benfeitores e teve uma receita de R\$ 105.262,50 (venda de ingressos, patrocínios e rifa). Descontadas as despesas (R\$ 29.085,72), o *Uomo na Cucina* - Homens na Cozinha arrecadou R\$ 76.176,78. Realizado no dia 1º de abril, o evento teve a participação de 75 'chefs' que prepararam 25 diferentes pratos. O valor arrecadado foi entregue a 15 entidades assistenciais no dia 29 de maio, durante Assembléia da CDL, entidade que organiza o jantar.

Entidades Beneficiadas nesta quinta edição

- ◆ Apadev
- ◆ Apae
- ◆ ARampa
- ◆ Associação Ser Criança Feliz
- ◆ Atividades Lúdicas e Basquete sobre Cadeiras de Rodas
- ◆ Banco de Olhos de Caxias do Sul
- ◆ Casa Anjos Voluntários
- ◆ Casa Madre Tereza
- ◆ Centro Técnico Social Murialdo
- ◆ Comdica
- ◆ Fundação Caxias
- ◆ Fundação Caxias - projeto Centrare
- ◆ Liga Feminina da Loja Maçônica Mal. Deodoro (Lifemade)
- ◆ Liga Feminina de Combate ao Câncer
- ◆ Portal da Luz

Encontros Empresariais chegam a sua 7ª edição

A CDL realiza no dia 25 de julho, no bairro Cristo Redentor, o sétimo Encontro Empresarial. Promovidas desde outubro do ano passado em diferentes regiões da cidade, as reuniões itinerantes têm recebido elogios por parte dos participantes, que estão percebendo a importância e as vantagens de se aproximar da entidade.

Criada com o objetivo de tirar a CDL do centro e levá-la aos empresários que têm seus negócios nos bairros, a iniciativa se consolidou como a melhor ferramenta de relacionamento da entidade. "O mais importante nesses encontros é o contato direto com nossos associados e potenciais associados. Com certeza os bairros já estão vendo a CDL com outros olhos", destaca o



presidente Milton Corlati.

Nos encontros, que já foram realizadas nos bairros São José, Cruzeiro, Rio Branco, Capuchinhos, Ana Rech e Desvio Rizzo, são apresentados os produtos, serviços e convênios oferecidos pela entidade e de que forma o empresário pode se beneficiar sendo associado da CDL.

Os encontros já reuniram mais de 1,3 mil pessoas.

Novidades na telefonia móvel

TIM – A TIM é a nova parceira da CDL Caxias. Entre os diferenciais que a empresa oferece estão tarifas diferenciadas e uma promoção. Os primeiros 100 associados que adquirirem aparelhos em comodato ganharão por 12 meses 500 minutos locais de TIM para TIM (os minutos não são cumulativos).

CLARO – A Claro está lançando uma promoção exclusiva aos associados da entidade. Os aparelhos de celulares adquiridos em comodato até o mês de dezembro (2006) têm uma redução no valor da mensalidade. De R\$ 15,45 o associado CDL passa a pagar o valor de R\$ 9,45.

Liquida Caxias

Dentro do planejamento da Liquida Caxias 2007, a CDL realizou, no dia 20 de junho, a palestra *Aumente suas vendas e seu lucro com as promoções*. O objetivo desse evento, que é gratuito e aberto aos associados, é capacitar os lojistas a terem melhores resultados com as promoções, principalmente com a maior liquidação da Serra. O associado que não participou dessa edição tem a chance de assistir à palestra com o economista da CDL Miguel Fortes no próximo dia 20 de julho, a partir das 20h.



Dica CDL: para que você lojista tenha sucesso, já deve iniciar seus contatos com fornecedores para garantir produtos de qualidade com um melhor preço, além de começar a preparar sua equipe de vendas.



O Caçador de Pipas

O *Caçador de Pipas* já vendeu mais de 2 milhões de exemplares só nos EUA e está sendo considerado o maior sucesso da literatura mundial dos últimos tempos. É uma narrativa insólita e eloquente sobre a frágil relação entre pais e filhos, entre os seres humanos e seus deuses, entre seres humanos e sua pátria. Uma história de amizade e traição que nos leva aos últimos dias da monarquia do Afeganistão às atrocidades de hoje. Um livro maravilhoso que realmente vale a pena ser lido, pois ensina muitos valores que a grande maioria de nós esqueceu e precisa retomá-los para poder ter um mundo melhor.

Indicação da CDL Ensino



O Caçador de Pipas
Autor Khaled Hosseini
Romance
Editora Nova Fronteira
365 págs. 1ª edição/2005

Você sabia? Além dos cursos, a CDL Ensino coloca à disposição de seus associados uma biblioteca com um acervo de 1,4 mil livros nas áreas de marketing, recursos humanos, administração, psicologia e literatura. Também estão disponíveis mais de 250 fitas VHS com temas como atendimento, motivação, liderança, crédito e cobrança, vendas e financeiro. Informações com a Karina pelo (54) 3209.9966.

Dica do associado

Gilmar Gomes

Pai Rico, Pai Pobre de Robert T. Kiyosaki e Sharon L. Lechter, no meu entender é um divisor de águas. É extremamente esclarecedor na compreensão de como administrar e aumentar o patrimônio financeiro através da criatividade e do conhecimento do dinheiro. Alerta que as instituições de ensino acadêmico não preparam os estudantes para cuidarem de sua vida financeira.

Demonstra que os riscos são inerentes a todas as negociações, mas com o desenvolvimento da inteligência financeira, o bom senso e o assessoramento de bons profissionais as probabilidades de alcançar o sucesso são maiores.

Pai Rico, Pai Pobre é uma publicação da Editora Campus - 186 páginas.

Roberto de Freitas,
empresa Sulfiltros e Rolamentos



A chegada de uma nova revista é sempre manchete para nós. Ainda mais quando esse veículo se propõe a usar a informação para aproximar pessoas - um dos mais nobres desafios da comunicação.

Seja bem-vindo **O LOJISTA**

A Editora São Miguel parabeniza a CDL de Caxias do Sul pela iniciativa e, junto com a entidade, convida você a partilhar os momentos de boa leitura.



Av. Alexandre Rizzo, 534 - Bairro Desvio Rizzo - Caxias do Sul - RS - Fone: (54) 3220.3232 - editorasaomiguel@editorasaomiguel.com.br

*E por falar em boa leitura...
aceita um cafezinho
pra acompanhar?*



20 de julho

► **Aumente suas vendas e seu lucro com promoções****

► **Objetivo:** Capacitar os lojistas a terem melhores resultados com as promoções.

► **Horário:** 20h

► **Gratuito**

24 a 28 de julho

► **Campeões de Vendas**

► **Objetivo:** Proporcionar conhecimentos sobre o comportamento do consumidor, instruindo no uso de técnicas de vendas.

► **Horário:** 19h30min às 22h30min

► **A:** R\$ 150,00 **N-A:** R\$ 180,00

24 a 26 de julho

► **Sua Majestade, o Cliente Interno****

► **Objetivo:** Compreender a relevância da fidelização do cliente do cliente interno para a conquista do cliente externo.

► **Horário:** 19h30min às 22h30min

► **A:** R\$ 140,00 **N-A:** R\$ 170,00

31 de julho a 4 de agosto

► **Os Desafios da Nova Liderança**

► **Objetivo:** Despertar os participantes para a necessidade de serem permanentes multiplicadores de conhecimento no dia-a-dia.

► **Horário:** 19h30min às 22h30min

► **A:** R\$ 120,00 **N-A:** R\$ 150,00

7 a 10 de agosto

► **Análise de Crédito - Evite Prejuízos**

► **Objetivo:** Capacitar pessoas para o mercado de trabalho que possam exercer a função de analista de crédito com perfil de liderança em empresas varejistas.

► **Horário:** 19h30min às 22h30min

► **A:** R\$ 190,00 **N-A:** R\$ 220,00

7 e 8 de agosto

► **Como o Vendedor Transforma o seu Peixe em Sucesso**

► **Objetivo:** Aperfeiçoar o vendedor através de técnicas diferenciadas e exercícios práticos aplicados ao dia-a-dia frente ao seu cliente. Mostrar a importância do equilíbrio e da automação para aumentar sua produtividade.

► **Horário:** 19h30min às 22h30min

► **A:** R\$ 110,00 **N-A:** R\$ 130,00

14 de agosto

► **Excelência na Liderança***

► **Objetivo:** Refletir sobre a liderança e seus papéis, objetivando motivar o grupo de trabalho da própria tarefa e do clima organizacional favorável.

► **Horário:** 19h30min às 22h30min

► **A:** R\$ 27,00 **N-A:** R\$ 37,00

15 de agosto

► **Excelência no Atendimento***

► **Objetivo:** Qualificar o atendimento, promovendo reflexões sobre o desempenho profissional e desenvolvendo habilidades específicas para a fidelização de clientes.

► **Horário:** 8h30min às 11h30min

► **A:** R\$ 22,00 **N-A:** R\$ 32,00

21 a 23 de agosto

► **Relações Interpessoais: Você como fator de Sucesso**

► **Objetivo:** Sensibilizar as pessoas para o aprimoramento nas relações humanas de trabalho em equipe, como facilitador do processo de mudança em direção à qualidade total e à excelência da sua organização.

► **Horário:** 19h30min às 22h30min

► **A:** R\$ 110,00 **N-A:** R\$ 130,00

28 de agosto a 1º de setembro

► **Dinâmica de Vendas**

► **Objetivo:** Conhecer e entender as características do vendedor profissional. O processo de vendas passo a passo. Percebemos a necessidade de administrarmos o tempo com inteligência e, com isso, sermos mais produtivos e eliminarmos a ansiedade.

► **A:** R\$ 150,00 **N-A:** R\$ 180,00

31 de agosto

► **Aumente suas vendas e seu Lucro com Promoções****

► **Objetivo:** Capacitar os lojistas a terem melhores resultados com as promoções.

► **Horário:** 20h

► **Gratuito**

A: Associado (CDL, Acomac, Microempia e Sindigêneros)
N-A: Não-Associado

Ao se inscrever em um dos cursos o participante recebe um exemplar do livro Atendimento Total, do autor César Augusto Verdi.

* Será realizado o sorteio para um participante; ** Não receberá o livro Atendimento Total.

Informações e Inscrições:

Fones: (54) 3209.9970 com Vânia ou (54) 3209.9966 com Janqueline – cdlensino@cdlcaxias.com.br



Organização de Festas

- Casamento
- 15 Anos
- Formatura
- Empresariais
- Coffe Break

Estilo
Noivas e Eventos

Estilo Noivas, sua Festa
em Grande Estilo

**"Faça sua Festa
Programada"**

Claro Empresas.

É a tecnologia da Claro trazendo economia e agilidade para a sua empresa.

Claro Direto: a agilidade da comunicação via rádio com a cobertura GSM da Claro.

- **Fácil de operar:** para iniciar a conversa, você precisa apenas pressionar um botão.
- **Vantagens para a sua empresa:** rapidez e aumento da produtividade das suas equipes e profissionais de campo. É indicado para empresas das mais diversas áreas.
- **Cobertura:** você se comunica com outro Claro Direto em toda a área de cobertura GSM da Claro no Brasil sem pagar interurbano.

Claro Dados: a transmissão de dados da Claro, para aumentar a produtividade e facilitar o seu dia-a-dia. Permite que os usuários estejam sempre on-line, recebendo e transmitindo informações de forma imediata com o laptop ou diretamente pelo celular.

GPRS: pode-se acessar e-mails, extranet, internet e, ainda, navegar pela web, com a vantagem da mobilidade do celular e de estar sempre conectado.

EDGE: acesso à internet e e-mail pelo celular com mais velocidade. A tecnologia EDGE facilita, também, o acesso a soluções desenvolvidas especificamente para a sua empresa.



Agende sua visita pelo telefone (54) 3209.9977 ou envie e-mail para convenios@cdlcaxias.com.br

Serviços específicos para pessoa jurídica. Para mais informações, acesse www.claro.com.br ou ligue 1052.