

PANORAMA

REVISTA CDL: A MELHOR INFORMAÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO

Ano 7 - Número 38 - Abr/Mai/Jun de 2016



Página 4

Maximize os seus resultados com a página de Facebook da sua empresa

Página 7

Combata a inadimplência da sua loja com uma cobrança eficiente

Página 10

Fortaleça a sua empresa. Reinvente-se!

**Entrevista destaque:
Clóvis de Barros Filho**

Palestrante fala como ser feliz em tempos de crise

Página 8

Carta aberta

Associado CDL,

O mercado nacional está fragilizado. Todos os dias, os jornais nos lembram do grave momento econômico que estamos vivendo. Não podemos ficar de braços cruzados.

Nós estamos em Caxias do Sul. Herdamos um legado de força e fé no trabalho. Hoje somos muitos. Hoje somos grandes. Aqui temos tudo. E juntos, somos fortes. Do cafezinho ao material de construção, do medicamento ao entretenimento. São produtos e serviços que atendem toda a demanda de quase meio milhão de habitantes.

Para enfrentarmos as dificuldades, combatermos o mercado externo e o mercado ilegal, nós precisamos nos unir. Somos mais de 4 mil empresas que acreditam, investem, geram emprego e renda, e fazem a economia girar. Somos um grupo e precisamos agir como tal. Todos são importantes nesse processo. Vamos juntos retomar o crescimento. Vamos consolidar Caxias do Sul como uma cidade forte e economicamente ativa.

A campanha 'CDL Presente com Você' é o primeiro passo em busca do fortalecimento da economia da nossa cidade. Faça parte da campanha. Ela foi feita para você. Acesse o site www.promocaodepremioscdl.com.br e cadastre-se. É fácil e é de graça. Contamos com a tua participação.

Um abraço,

ANALICE CARRER
Presidente



foto: Andrei Cardoso

EXPEDIENTE

Publicação 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
cdl@cdlcaxias.com.br
marketing@cdlcaxias.com.br
www.cdlcaxias.com.br

Gestão 2016:

Presidente: Analice Carrer

1º Vice-Presidente: Diego Frederico Biglia

2º Vice-Presidente: Renato Spuldaro Corso

Diretoria Eletiva: Cláudia Barreto Gonçalves Sassi (1ª Diretora Secretária); Oscar Ângelo Panozzo (2º Diretor Secretário); Ivonei Miguel Pioner (2º Diretor Financeiro); Julian Bianchini (1º Diretor Financeiro e Juríd., Fisc. e Tribut.)

Presidente do Conselho Consultivo: Davenir Darci Dreher

Presidente do Conselho Fiscal: Vitor Hugo Gauer

Gerente Comercial: Joel Ribeiro

Gerente Administrativo Financeiro: Carlos Alberto Cervieri

CDL Jovem:

Presidente: Maurício Antunes

Vice-Presidente: Jaqueline Kuver

Vice-Presidente: Micael Canuto

Diretoria Executiva

CDL Jovem: Gabriele Piccoli; Cobrança: Mateus Formolo, Sandro Camargo e Valmor Concato; Empregos: Ângela de Cássia Freire e Carmem Dalcin; Gestão e Qualidade: Fabiana Buffon e Lucas Generosi; Jurídico, Fiscal e Tributário: Rui Alberto Cassina; Marketing e Eventos: Roberta Guazzelli Rech, Gabriele Piccoli e Fernando Bertotto; Meio Ambiente e Segurança: Jackson Campani e Vitor de Carvalho; Pesquisa, Informação e TI: Cristiano W. T. Pavinato e Ricardo Regal Comandulli; Produtos e Serviços: Fabiano Luis Pezzi e Lackhmi Posser; Projeto Pescar: Nelson Minetto e Valtuir Rizzo; Recursos Humanos: Elizete Denise Isoton e Ilda Pegoraro Fedrizzi; SPC e Tecnologia: Milton Corlatti e Renan Tedesco; Turismo: Ainaara Comerlato Costa e Rodrigo Ramos Paglioli.

Representante junto à FCDL: Renato Spuldaro Corso.

Representantes junto aos Conselhos Municipais

Caxias Do Sul Conventions, Visitors Bureau: Eduarda Dagostini; CDLS Jovens Do Rs: Marcos Jacoby; CESP-Conselho Estadual De Spc: Analice Carrer; Cic-Conselho Sindical: Analice Carrer; CMDS-Conselho Municipal De Defesa E Segurança: Jackson Campani; CMTT-Conselho Municipal De Transito E Transportes: Valmor Concato; Comdica-Conselho Municipal Dos Direitos Da Criança E Do Adolescente: Sérgio Formolo; COMEC-Comissão Municipal De Análise Do Impacto Econômico Sobre Empreendimentos De Comércio E Serviços: Ivonei Pioner; COMIC-Comissão Municipal De Incentivo À Cultura: Ricardo Regal Comandulli; COMPOD-Conselho Municipal De Políticas Sobre Drogas: Valtuir Rizzo; Comissão Pró-Segurança Pública: Rui Cassina; Comitê De Responsabilidade Social Da Cic

De Caxias Do Sul: Valtuir Rizzo; Comitê Ecoeficiência Da Serra Gaúcha-Resíduos Sólidos: Fernando Bertotto; Comitê De Energia Da Cic: Vitor De Carvalho; COMSEA-Conselho Municipal De Segurança Alimentar: Renato Luiz Fedrizzi; COMSEPLAN-Conselho Municipal De Planejamento E Gestão Territorial: Nelson Minetto; COMTCNA-Comissão Técnico Administrativa-Secretaria Do Meio Ambiente: Mário Formolo; COMTUR-Conselho Municipal Do Turismo: Gabriele Piccoli; CndI- Confederação Nacional De Dirigentes Lojistas: Analice Carrer; Conselho De Relações Sindicais-Negociação Coletiva: Ricardo Regal Comandulli; CONSEPRO/MOCovi : Jackson Campani; Festa Nacional Da Uva-Conselho Deliberativo: Analice Carrer; Fundação Caxias-Conselho Deliberativo: Renato Luiz Fedrizzi; JARI-Junta Administrativa De Recursos De Infrações - Adriana Vanessa Giacomini; Parceiros Voluntários-Conselho Deliberativo: Rui Cassina; SPC Brasil-Conselho Deliberativo Do Serviço Nacional De Proteção Ao Crédito: Analice Carrer; Representante Da CDL Junto À FCDL/Rs: Renato Spuldaro Corso; Observatório Social De Caxias Do Sul: Rui Cassina.

Outras representações:

ASSESSORIA TÉCNICA ESTADUAL/FCDL
Adriana Monteiro

Coordenação Editorial: Vice-Presidente Diego Frederico Biglia, Diretora Roberta Guazzelli Rech, Diretora Gabriele Piccoli e Diretor Fernando Bertotto, Gerente Comercial Joel Ribeiro, Agência Aeroplano, Assessoria de Imprensa PJ Press Informação e Conteúdo – Jornalistas Patrícia Janczak Mtb 12771 e Janaína Silva.

Textos: Jornalista Patrícia Janczak Mtb 12771

Diagramação: Agência Aeroplano

Impressão: Grafimle

Tiragem: 5060 exemplares



REVEZAMENTO
DA TOCHA
OLÍMPICA

Rio 2016™


VILMA CECCONELLO

Exemplo de persistência e superação

Vilma Cecconello, 62 anos, que aos 32 anos já mãe de dois filhos, ingressou no esporte. Primeiro na natação, participando de competições municipais, estaduais e nacionais, e depois em maratonas.

Mulher guerreira, diretora administrativa da Sulcar, superou um câncer de mama em 2005 e é atleta vocacionada há 30 anos, tanto é que acorda às 5h30min, de segunda a sexta-feira, para treinar no Recreio da Juventude. Foi uma das 12 mil personalidades brasileiras selecionadas para conduzir a Tocha Olímpica que passa por Caxias do Sul no dia 08 de julho.

foto: Maurício Concatto



foto: Karolina Grabowska

4 DICAS PARA BOMBAR O FACEBOOK DA SUA EMPRESA

As mídias sociais são a melhor ferramenta para criar relacionamentos e, a partir daí, ajudar a sua empresa a crescer mais. Só o *Facebook* possui 1.65 bilhão de usuários no mundo inteiro, 102,3 milhões só no Brasil! Por isso, é importante estar presente nas redes sociais e conversar sempre com o seu seguidor.

Segundo Gabriela Oliveira, cofundadora da escola Vereda Criativa, *designer* com validação do *Facebook* Brasil para ministrar cursos sobre a rede social voltada para negócios, o *Facebook* é uma das ferramentas mais eficazes de marketing do mundo. “Ela consegue trazer dados precisos sobre as pessoas, seus interesses e histórias. Isso é muito relevante e poderoso para que as empresas atinjam o público certo para venda e relacionamento de produtos e serviços”, explica.

1 - Esteja aonde o seu cliente está

Um dos pontos mais interessantes sobre o *Facebook* é que ele fornece vários dados relacionados ao seu cliente, como onde ele está, idade, sexo e muito mais. É muito importante que a sua empresa esteja presente aonde o seu cliente está, por isso, utilize as informações que você colherá de lá para criar anúncios mais eficientes (segmentando para as pessoas certas) e até mesmo criar ações externas que influenciarão o seu seguidor a ir até a sua loja física ou *online* e conferir os móveis que você tem disponíveis.

2 - Preste atenção no conteúdo!

Conteúdo é muito importante para o seu seguidor e é uma maneira de divulgar a sua empresa. Se você compartilha conteúdos que o seu público considera relevante, a chance de eles acompanharem a sua empresa e replicarem o seu conteúdo para a sua rede de amigos é muito grande. Uma dica básica é que fotos e vídeos sempre funcionam muito bem. Esse tipo de conteúdo é fácil de ser visualizado e consumido, principalmente se se tornar viral.

3 - Utilize o Facebook Ad's

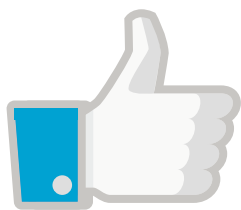
De uns anos para cá, o *Facebook* dificultou um pouco o acesso dos usuários a conteúdos das empresas. Isso aconteceu pois foi criada a ferramenta ideal para os negócios utilizarem, o *Facebook Ad's*. Essa é a plataforma de anúncios do *Facebook*, que ajuda as empresas a aumentarem os seus seguidores e atrair mais visitantes para seus *sites*, *blogs* e lojas.

“Ao contrário do que muitos empresários pensam, o Facebook Ad's não inutiliza o compartilhamento de conteúdo. Na verdade, ele é uma estratégia de apoio a tudo que você compartilha na sua página do Facebook. Se você criou um anúncio que atraiu um visitante até o seu site e ele continuou a seguir a página no Facebook da sua empresa, é importante manter essa interação e continuar criando conteúdo relevante”, comenta Gabriela.

4 - Os seus fãs precisam de atenção

Muitos usuários conferem (e confiam) nas mídias sociais para saber se uma empresa realmente é de qualidade e se o serviço que ela oferece agrada o comprador. Ao seguir uma marca e interagir com o conteúdo que ela cria, os usuários querem atenção, e essa atenção (e interação) entre marca e fã é muito importante. É uma forma de criar relacionamento e incentivar o seu seguidor a realizar uma compra na sua empresa e se tornar um cliente fiel.

“O Facebook trouxe um leque de oportunidades para as empresas. Além de criar um relacionamento com o seguidor, é possível atrair visitantes para o seu site ou blog, criar ofertas exclusivas e até gerar leads”, diz Gabriela.



EM ALTA

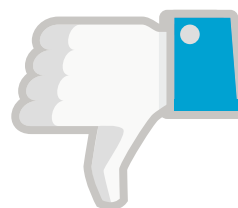
Snapchat

O *Snapchat* conta atualmente com 150 milhões de usuários ativos diariamente, de acordo com o *site* de notícias da Bloomberg. Com a marca, a rede social ultrapassa o *Twitter* no número de pessoas que publicam ou visualizam conteúdo todos os dias.

Google+

A rede social *Google+* amarga o esquecimento dos usuários. Tanto é que o *Google* anunciou recentemente que a integração (forçada) do *Google+* com outros produtos da empresa deixará de existir. A decisão vale principalmente para o *YouTube*.

EM BAIXA



Para ler, ver e ouvir



Livro – Somos todos canalhas

É para nos ajudar a viver com a consciência dos valores que nos guiam que este livro foi escrito por Clóvis de Barros Filho. Ou os compreendemos e assumimos as rédeas de nossa existência, agindo de acordo com esses valores, ou então nos deixamos devorar por eles e vivemos uma vida cujas referências são estranhas a nós mesmos.



Filme - Um Senhor Estagiário (*The Intern*)

Robert De Niro é Ben Whittaker, um viúvo de 70 anos que descobre que a aposentadoria não é bem como imaginava. Buscando uma oportunidade de voltar à ativa, ele se torna estagiário sênior de um site de moda criado e administrado por Jules Ostin.



Aplicativo – Samcard

O **aplicativo** Samcard é usado para fotografar o cartão de visita de uma pessoa ou empresa. Em seguida, o programa passa automaticamente as informações lidas para a lista de contatos do smartphone. Tem uma versão gratuita e outra, mais completa, paga.



Trilha Sonora

Separamos algumas músicas brasileiras com boas e animadas mensagens de motivação, para que você possa ter o desempenho e a produtividade que deseja no ambiente profissional.

Tente outra vez (Raul Seixas)
O Sol (Jota Quest)
Vou deixar (Skank)

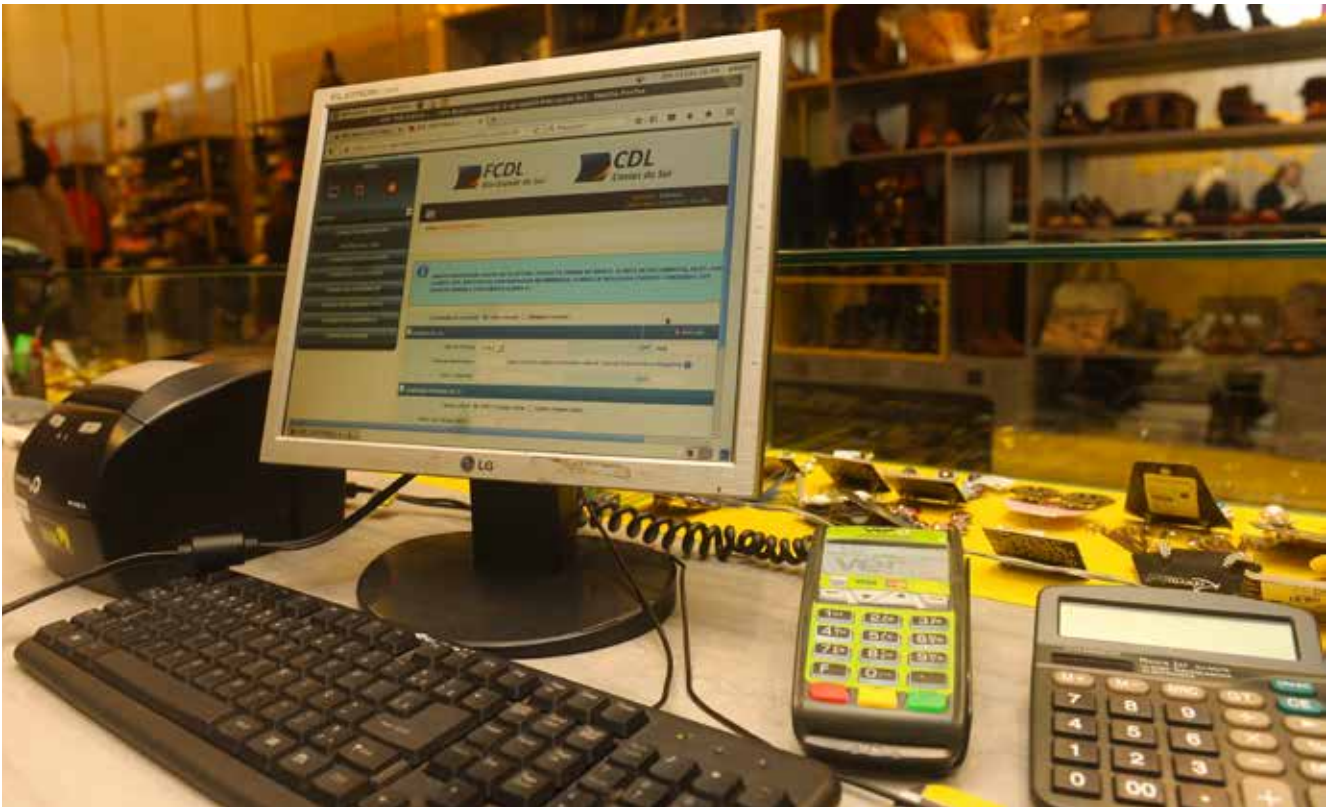


foto: Maurício Concatto

COBRANÇA EFICIENTE PARA DIMINUIR A INADIMPLÊNCIA

Em tempos de altos índices de desemprego a tendência é que a inadimplência aumente ainda mais. É nesse período também que as negociações precisam ser cuidadosas e feitas por pessoas especializadas, já que a ideia é manter o cliente e receber os atrasados.

Atentos à sustentabilidade de seu negócio, os lojistas da Conexão Urbana utilizam há vários anos os serviços da CDL Cobranças e afirmam estar muito satisfeitos com os resultados. Segundo Fabiana Batassini, Supervisora de Lojas e Responsável pela área de Cobrança, uma das principais vantagens do sistema é a proximidade permitida entre as equipes da CDL e da própria loja.

“Eu tenho acesso total ao sistema, posso saber em que nível está a negociação de cada cliente, posso ver minhas previsões de recebimentos e também os pagamentos que precisarei fazer. E, o melhor, sempre que tenho qualquer dúvida, por menor que seja, posso fazer contato direto com o pessoal e resolver. Eu gosto muito!”, comenta.

Fabiana atua na área há três anos e conta que desde o início a preocupação da CDL foi fazer melhorias constantes para otimizar cada vez mais o sistema. *“Eles perceberam, por exemplo, que antigamente tínhamos*

alguns problemas de cadastro e nos alertaram. Nos mostraram a melhor forma de prevenir a inadimplência ou facilitar futuras cobranças, caso necessário”.

Outra grande vantagem percebida por Fabiana é que a CDL possui um cadastro geral dos clientes, podendo assim ter uma segurança melhor nas negociações. *“A CDL sabe se o cliente já possui várias dívidas atrasadas em diferentes estabelecimentos, ou se ele fez uma negociação e não está conseguindo cumprir. Isso facilita muito para perceber se é necessário baixar mais o valor de uma parcela.”*

Outra grande vantagem apontada por ela é que todas as ligações são gravadas. Assim, a equipe da loja tem segurança do que realmente foi combinado, além, é claro, de toda a documentação.

O Serviço CDL Cobrança oferece serviços como boleto online, cobrança via internet, cobrança virtual e sistema completo de acompanhamento das pendências.

Os serviços podem ser facilmente contratados por qualquer associado, basta entrar em contato com a Central de Relacionamento CDL, através do telefone (54) 3209-9864.



foto: Divulgação

CLÓVIS DE BARROS FILHO

Clóvis de Barros Filho é atualmente um dos mais requisitados palestrantes do país. Suas aulas e palestras sobre ética já foram ouvidas por milhões de pessoas, em todos os estados do país, e também no Uruguai, na França, no México, na Argentina, na Espanha, em Portugal, entre outros países.

Doutor e Livre-Docente pela Escola de Comunicações e Artes da USP – Universidade de São Paulo, o Professor Clóvis atua no mundo corporativo desde 2005, por meio de seu escritório, o Espaço Ética, e tem como clientes empresas de todos os portes, de inúmeros ramos de negócios, por todo o Brasil.

Em entrevista para a Revista Panorama, Clóvis fala sobre a importância de reinventar-se como empreendedor e como ser feliz em tempo de crise.

Podemos afirmar que é nas crises que se descobre aptidões, que se desenvolvem habilidades, que se encontra o impulso para o crescimento e o se reinventar? Por quê?

Clóvis - Em um cenário longe do ideal, sim, é na crise que isso acontece. Já em um cenário ideal, esse desenvolvimento é constante, independente de se viver em época de crise. Se houver uma cultura de desenvolvimento (pessoal e coletivo), a crise aparece como potencial e não como prejudicial. Afinal, uma crise representa nada menos do que uma dificuldade acentuada, mas cuja essência, na verdade, nunca desaparece, pois, o desafio é constante.

Buscar se reinventar é uma necessidade ou faz parte da personalidade do empreendedor?

Clóvis - Acho que a resposta envolve as duas alternativas. Em filosofia, entendemos ‘necessidade’ como algo que é como é e que não pode ser de outro jeito. O que é necessário no mundo, quer seja ele o mundo natural, quer seja a nossa organização capitalista atual, é a transformação. Ela é um dado, quer nos adequemos, quer não. Agora, reinventar-se pode ser uma boa ou má estratégia. Reinventar-se para algo que já se é, com aprimoramentos, podemos entender como uma coisa desejável, já reinventar-se para algo que não fazemos a menor ideia do que seja pode ser um movimento mortal.

Então, se há necessidade de mudança no mundo, há sempre a possibilidade de se repensar, nesse processo dialético, com o mundo, mas tendo em mente que nem toda mudança a que podemos nos submeter é por princípio benéfica. É preciso ser sábio para mudar.

“É preciso ser sábio para mudar”

Podemos afirmar que época de crise também é uma época de oportunidades?

Clóvis - Pareceu questão de prova. Explico. É oportunidade para quem pode. Para muitos, a crise é sinal de fracasso. A oportunidade existe nas aberturas que a crise cria no mercado. E a corrida para aproveitá-las é acirrada. Tende a conseguir fazer valer para si as oportunidades que se abrem aquele que já tiver uma postura proativa antes da crise.

Na sua visão, quais os principais desafios que as empresas e empresários irão enfrentar nas relações de trabalho nos próximos anos?

Clóvis - Ninguém sabe como se reconfigurarão as relações de trabalho no futuro, mas acredito que a lógica permanecerá a mesma, com mudanças apenas relativas à conjuntura que se apresentar adiante. Eu vejo cada vez mais no mundo corporativo a possibilidade de avanço nas relações entre os colaboradores através da criação de uma cultura ética, onde o diálogo possa ser cada vez mais respeitado e pela qual a organização possa dar um valor real, não apenas protocolar, à voz dos colaboradores e às suas ideias. Nenhuma empresa sobrevive se não reconhece nos seus membros, não importando a hierarquia, o seu valor.

Na hora da crise, os corajosos se colocam na situação, ao contrário dos desencorajados, que colocam a culpa no outro?

Clóvis - Na crise, a coragem e a covardia são virtudes que se referem ao plano de ação que se pretende tomar. O corajoso assume maiores riscos, o covarde os evita. O corajoso pode morrer na praia, por excesso de risco, o covarde também, por inação. O que a crise exige é, então, uma combinação destas duas características, já que toda crise é conjuntural, ou seja, envolve causas muito além da responsabilidade individual.

A felicidade sempre foi o ideal do ser humano. É possível encontrá-la no trabalho?

Clóvis - Sim, mas não é fácil, nem óbvio. São muitas as dificuldades que se impõem, desde o ritmo de trabalho até a estrutura mesmo das relações trabalhistas. Mas eu tenho insistido em todas as empresas que visito que a solução passa pelo diálogo e pela ampla liberdade de cada agente em manifestar aquilo que agrada e desagrada, no sentido de tornar o ambiente de trabalho cada vez mais favorável à convivência pacífica e prazerosa.

Precisamos de reconhecimento para sermos felizes?

Clóvis - Não. A história da filosofia refletiu incansavelmente sobre como a busca da glória e a busca do reconhecimento são alheios à felicidade. Certamente, não é aí que ela está. Porque o reconhecimento é sempre dependente do outro, que pode ou não ser virtuoso, que pode ou não julgar claramente. Buscar a fama, a glória, a aceitação faz de nós pessoas alheias a nós mesmos, por isso, a busca da felicidade precisa desconsiderar esta questão. Para ser feliz, não é preciso agradar ninguém além de nós mesmos.

REINVENTAR-SE É A SOLUÇÃO!

A palavra inovação torna-se fundamental para o fortalecimento das organizações, em tempos difíceis da economia. Não é possível sobreviver sem inovação. É importante entender que ela não é uma opção, mas sim uma necessidade. É a chave não só para o sucesso, mas para a sobrevivência e continuidade das organizações. Em meio à crise devemos inovar mais, pensar em novas alternativas, métodos e produtos.

É o caso da loja Crisfel, que atua desde 1986 no Bairro Cristo Redentor e no último ano, devido à crise econômica que atingiu a indústria caxiense, perdeu sua principal clientela, já que indústrias vizinhas ao estabelecimento tiveram que fechar. Atentos à mudança, os proprietários investiram em planejamento, reposicionamento da marca e, em abril deste ano, inauguraram uma ampla reforma do espaço físico alterando bastante o *layout* da loja.

“Antes parecíamos uma loja embaixo de uma casa. Hoje toda a fachada pertence à loja. Nosso público anterior era basicamente formado pelos funcionários da indústria, hoje temos um público mais clássico”, explica o Gerente de Marketing Felipe Bertoluci. A marca ficou mais moderna, a comunicação mais simples e direta e o investimento na mídia *online* foi ampliado. A reforma chamou a atenção no bairro, o novo espaço permitiu uma reinauguração e os proprietários já contabilizam um aumento nas vendas de 65%, em relação ao mesmo período do ano passado.



Felipe Bertoluci está atento à qualidade do atendimento, preço justo e relacionamento próximo com a comunidade local.

foto: Mauricio Concatto



foto: Igor Farias Coelho

Mercado exige mais

Para Clóvis de Barros Filho, palestrante e filósofo, a necessidade do acompanhamento do mercado e de suas tendências é ainda mais exigente num ambiente dinâmico e de alta competitividade. É preciso estar sempre atento ao tempo de validade dos produtos ou serviços. O surgimento de novas tecnologias de comunicação resultou numa aceleração do ritmo de vida das pessoas e intensificou a exigência de produtos e serviços cada vez mais completos, acessíveis e competentes — muitas vezes, as demandas dos clientes “de sempre” mudam, e o produto ou serviço “de sempre” não atende mais os mesmos clientes. *“É preciso fazer uma escolha, enquanto organização: quer-se estar antenado ou ser diferente? Uma coisa é o oposto da outra”,* explica.

A história da Boccati mostra a importância das empresas se reinventarem não apenas em momentos de crise, mas o tempo todo. Em 2005, já consolidada no comércio de vinhos e bebidas, a Boccati percebeu que os clientes buscavam também copos, taças e

outros acessórios de acrílico, mas encontravam apenas produtos importados, de baixa qualidade. Resolveu diversificar sua atuação lançando-se em um mundo completamente novo: o da indústria de injeção de plásticos e começou a criar produtos que, inicialmente seriam vendidos na própria loja. O negócio deu tão certo que hoje a Boccati vende milhares de unidades não só para todo o Brasil como também para outros países. São produtos como taças, copos, embalagens para cosméticos, champanheiras, todos personalizáveis e vários deles com *design* exclusivo.

A Coordenadora de Comunicação da empresa, Eduarda D’Agostini, comenta que são mais de trinta cores no catálogo e há, inclusive, a possibilidade da criação de cores exclusivas, como já foi feito para algumas vinícolas. *“A forte atuação com realizadores de eventos e a comercialização de presentes empresariais fortaleceram ainda mais o negócio. A diversificação dos negócios é fundamental para a sobrevivência da empresa”,* acredita.



foto: Mauricio Concatto

Apostar em diferenciais

O cenário atual mostra que a busca do novo já faz parte da rotina do empreendedor. É preciso se reinventar a toda hora e em tudo, buscando pensar fora do tão famoso e corrido dia a dia. Tudo isso porque a exigência de mercado é acirrada e não se tem mais espaço para o tradicional. É preciso buscar o reencantamento dos clientes e mercado com algo que seja algum diferencial.

A Pole Modas é um exemplo de que sair do tradicional pode render bons negócios. A rede de moda feminina criou a loja virtual há dois anos e já sente os resultados positivos dessa inovação. Além de aumentar as vendas, principalmente no sul do Brasil, o site está refletindo

de maneira muito positiva também nas vendas das lojas físicas, todas localizadas em Caxias do Sul. Para Parvati Posser, uma das proprietárias, a presença online atualmente torna-se obrigatória, seja com o e-commerce ou com a correta utilização de todas as mídias digitais disponíveis.

“Hoje usamos o celular como ferramenta de trabalho, a maioria das clientes já consulta o site, as redes sociais ou os próprios consultores antes de chegar na loja. Ela sabe o que temos, os valores, como pode pagar. Ela chega mais decidida, o que funciona muito bem”, comenta Parvati.

Inovação de grão em grão

O caminho da inovação foi o que os sócios Mário Magero Neto e Fábio Grigol, proprietários da AMG Corretora de Grãos, seguiram quando resolveram fundar a empresa. Ocorre que ambos estavam há mais de uma década trabalhando em grandes indústrias da cidade. Um atuava como supervisor de vendas na Randon e o outro no setor de TI da Amalcabúrio. Depois de muita pesquisa e planejamento resolveram fundar a AMG, um negócio novo em Caxias do Sul. *“Não é fácil mudar, mas trouxemos para o nosso negócio a cultura empresarial que já tínhamos, os conhecimentos de logística, a responsabilidade e o profissionalismo”*, comenta Magero.

Como uma corretora tradicional, o serviço da dupla gira em torno de orientar financeiramente os cerealistas, empresários, produtores e cooperativas que precisam comprar ou vender milho, trigo e soja. *“Fizemos essa ponte entre as cooperativas, os agricultores, os moinhos e as empresas que precisam desse produto. Os grãos têm uma sazonalidade quase que diária de preços. Nós traduzimos para o cliente essa linguagem do mercado acionário e também atuamos em outras frentes, pois eles compram não apenas ações, mas um produto físico, que depois terá que ser entregue”*, explica.

Para quem deseja se reinventar profissionalmente, Magero sugere, em primeiro lugar, acreditar no sonho e desenhar um planejamento estratégico o mais correto possível. *“Você também não pode desistir na primeira dificuldade e precisa seguir o que foi planejado. Planejar, executar e não ter medo dos efeitos colaterais”*.



Fábio Grigol (esq.) e Mário Magero Neto (dir.) trouxeram para o novo negócio a cultura empresarial e os conhecimentos em logística.

foto: Mauricio Concatto

CAXIAS TEM TUDO.



CDL ABRAÇA CAXIAS

A entidade representativa do comércio caxiense, CDL Caxias, sentiu a necessidade de apoiar ainda mais os seus associados e incentivar o consumo local. Desta forma, lança a Campanha “Caxias tem tudo”.

Caxias do Sul é a capital do trabalho na região sul do Brasil. De origem italiana e com mais de um século de história, atualmente a cidade é a segunda maior do estado do Rio Grande do Sul com cerca de 465 mil habitantes.

Ao longo desses anos, Caxias do Sul tornou-se uma cidade multiétnica e multirracial, oferecendo oportunidades para todas as pessoas que escolheram a cidade para viver, trabalhar e constituir suas famílias. O desenvolvimento da economia caxiense ao longo do século XX pode ser considerado o principal fator de expansão da cidade.

O culto ao trabalho e a vocação empreendedora trazida pelos imigrantes deu origem a uma indústria de transformação diversificada, que atualmente abriga o segundo maior polo metalomecânico do Brasil. Porém, como resultado da urbanização acelerada, atualmente o setor terciário (serviços e comércio) é o mais representativo da economia, sendo responsável por 52,96% da riqueza produzida. O município detém o terceiro PIB do estado e possui cerca de 175 mil empregos formais, distribuídos em 34 mil estabelecimentos.

Diante de todo este potencial econômico e social, e para valorizar e fortalecer o comércio local e mostrar a importância de consumir na própria cidade é que a CDL Caxias lança a Campanha **Caxias tem Tudo**.

Serão inúmeras atividades como palestras para os lojistas, cursos, reuniões direcionadas e uma intensa campanha publicitária, que contempla um vídeo conceitual e pelo menos mais cinco depoimentos de personalidades locais contando os motivos que levam a consumir em Caxias. Além dos vídeos que serão utilizados nas mídias sociais e nas tevês locais, haverá ainda anúncios em jornais, rádios, *Facebook*, peças de *outdoor* e cartazes.

“Não é apenas o consumo pelo consumo, mas sim mostrar para a população que, ao utilizar os produtos e serviços em Caxias, você participa de uma verdadeira corrente do bem e está contribuindo com o desenvolvimento da cidade”, comenta Gabriele Piccoli, Diretora de Marketing da CDL.

A intenção é mostrar que quando consumimos em nosso município ajudamos a manter empregos, aumentamos a arrecadação de impostos (e devemos cobrar que esse dinheiro retorne em benefícios) e fortalecemos toda a cadeia produtiva. Ou seja, fortalecemos a economia da cidade.

Campanha quer valorizar potencial econômico da cidade

“A CDL quer apoiar o associado, mostrar que ele não está sozinho e que pode contar com inúmeros serviços para incrementar seus negócios. Além disso, temos orgulho do que é feito aqui, da qualidade dos nossos produtos e serviços”, afirma a presidente da CDL Analice Carrer.

Uma das ações de apoio da CDL é a Campanha CDL Presente com Você. Nessa campanha, a cada R\$ 50 em compras, o consumidor recebe um número que equivale a um cupom e concorre a cinco carros zero quilômetro e 50 vales-compra, 1 mil reais, cada. Para participar, os associados não têm custos.

“São inúmeras ações com o objetivo de fortalecer o orgulho dos caxienses” comenta Samuel Comerlato Dutra, proprietário da agência Aeroplano, com quem a campanha foi planejada.

Além de todas essas ações, a CDL já encaminhou aos lojistas e à imprensa uma carta aberta, na qual reforça seu posicionamento de fomentar o comércio local. Outra mudança é a reformulação da revista da CDL que ganhou novo projeto gráfico e editorial e passou a ser denominada Revista Panorama. Antes direcionada mais aos lojistas associados, hoje ela pretende atingir também o consumidor final.

Para a Diretora de Marketing da CDL, Gabriele Piccoli a Campanha reforça os laços entre a entidade e os associados. *“É um material muito apropriado para esse momento. Queremos que os consumidores se identifiquem e percebam a importância de contribuir com o desenvolvimento da cidade”*.



foto: Mauricio Concatto

CHEQUE PRA QUÊ?

Quase metade dos brasileiros que possuem cheque nunca usam pré-datado, mostra SPC Brasil

Velho conhecido dos brasileiros, o cheque pré-datado encontra-se em desuso em todo o país, principalmente nas capitais. É o que mostra uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL): quase metade dos consumidores que possuem cheque, 47,5%, nunca utilizam essa forma de pagamento na modalidade pré-datada.

Esse percentual aumenta ainda mais entre os residentes das capitais (57,6%) na comparação com os moradores do interior (38,3%). Os principais motivos para a baixa utilização do uso do cheque pré-datado são a preferência pelo cartão de crédito na hora de parcelar devido à maior segurança, a falta de praticidade e a preferência pelo pagamento à vista.

Já entre os brasileiros que usam o cheque pré-datado, para quatro em cada dez, ter um prazo maior para o pagamento é a principal justificativa, seguida de poder fazer compra mesmo quando não tem dinheiro e poder parcelar as compras.

Controle dos gastos ainda é feito no papel

Resistindo às formas de controle de gastos mais modernas, como aplicativos no celular, os consumidores que utilizam cheque pré-datado têm como principal mecanismo a anotação em cadernos e agendas, feito por 37,0% dos entrevistados pelo SPC Brasil. Um terço afirma que anota o valor pago no próprio canhoto e apenas 18,1% fazem os registros em alguma planilha no computador.

O fato do consumidor poder dividir o valor de algum produto em várias vezes já implica em um maior controle dos gastos para que ele não perca o controle do total de parcelas que tem acumuladas e desorganize suas finanças pessoais, iniciando uma bola de neve de dívidas. Cada gasto deve ser incluído no planejamento financeiro pessoal e tanto o valor total da compra como o valor individual de cada parcela deve ser analisado previamente, além da taxa de juros que pode estar embutida no valor final, para só então definir se a compra de fato cabe no bolso, sugere a pesquisa.

POR QUE NÃO USAR CHEQUE?

35,8% 

“PASSA NO CARTÃO!” É considerável o número de consumidores que preferem usar o cartão de crédito como alternativa de compra pré-datada ou parcelada.

24,8%

“NÃO É PRÁTICO!” Preencher um cheque é relativamente demorado e, em alguns casos, desconfortável.

19,5% 

“NO CASH!” A escolha por pagamento à vista aumenta com a instabilidade da economia.

POR QUE USAR CHEQUE?

38,6% 

“PRAZO MAIOR!” Até 90 dias para pagar? Só no cheque. Postos de gasolina, supermercados e até algumas lojas oferecem essa modalidade de pagamento.

16,6% 

“SEGURA PRO DIA 10?” Aquele momento que você precisa comprar e o dia do pagamento ainda não chegou.

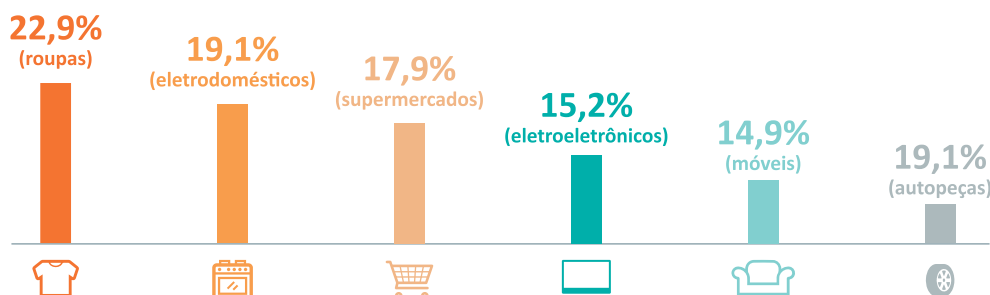
12% 

“EM ATÉ 12 VEZES!” Para parcelamentos, alguns consumidores ainda preferem usar o cheque.



De acordo com a pesquisa, ainda que o uso do cheque como forma de pagamento não seja muito usual, ele deve entrar na lista de prioridades de controle de gastos, já que é uma modalidade que permite o parcelamento de compras.

PRINCIPAIS PRODUTOS/SERVIÇOS PAGOS COM CHEQUE PRÉ-DATADO



Quer conferir mais? Veja a pesquisa na íntegra no site:
<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>



foto: Júlio Soares

Governador recebe medalha 50 anos

A presidente da CDL Caxias, Analice Carrer, entregou ao Governador José Ivo Sartori, uma medalha alusiva aos 50 anos da entidade, comemorado ao longo de 2015.

O Governador esteve em Caxias do Sul no dia 13 de junho, para palestrar na CIC – Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Caxias do Sul durante reunião-almoço. “Rio Grande do Sul: chegou a hora de acertar” foi o tema da palestra do governador no tradicional evento da entidade.



foto: Alencar Turella

Homens na Cozinha repassou 240 mil reais a entidades assistenciais da cidade

A CDL Caxias apresentou no restaurante Di Paolo, para a comissão do evento e cozinheiros voluntários e entidades beneficiadas o balanço financeiro do evento “Uomo na Cucina” - Homens na Cozinha 2016. Na ocasião, foram discriminados todos os valores de patrocínios, renda e despesas com o evento. A 15ª edição do jantar beneficente destinou 240 mil reais para 31 projetos de entidades assistenciais de Caxias do Sul, totalizando, desde 2002, R\$ 1.776.100,00 milhões para 195 projetos de entidades assistenciais.



foto: Michel Dalla Vechia

CDL Jovem promoveu o Dia da Liberdade de Impostos

Para alertar sobre a alta carga tributária brasileira e a falta de retorno em serviços públicos a CDL Jovem de Caxias do Sul juntou-se a todas as CDLs Jovens do Brasil e realizou a 9ª edição do Dia da Liberdade de Impostos.

O Departamento jovem levou até a Praça Dante Alighieri o *food truck* da Casapueblo. Quando os clientes chegavam para comprar pizzas tiveram uma surpresa: receberam uma fatia muito menor, com o desconto dos impostos. A ação também ocorreu na Praça das Bandeiras da UCS, com a Kombioca e a distribuição de tapiocas.



foto: Mauricio Concatto

Giovana Boniatti Freitas é a candidata da CDL à Glamour Girl

A CDL Caxias já está mobilizada para contribuir mais um ano com a Liga Feminina de Combate ao Câncer, participando do tradicional concurso Glamour Girl. A representante da Câmara de Dirigentes Lojistas será Giovana Boniatti Freitas, filha de Geraldo da Rocha Freitas Junior e Tania Maris Boniatti. Estudante do Colégio La Salle Carmo, Giovana admira o trabalho filantrópico realizado pela Liga e está disposta a contribuir com a causa.

Certificação Digital

*Tranquilidade e segurança
para suas transações on-line*



O Certificado Digital SPC é um documento eletrônico para comprovar a identidade de pessoas físicas, empresas e sistemas, garantindo maior segurança em suas transações on-line e a troca eletrônica de documentos, mensagens e dados, **com validade jurídica.**

VANTAGENS PARA VOCÊ

- assinatura de documentos eletrônicos com validade jurídica
- consultas ao seu Imposto de Renda/ situação fiscal
- acesso aos serviços da Receita Federal
- acesso ao Siscomex
- Emissão de Procuração Eletrônica para contadores, Petição Eletrônica para advogados e Prontuário Eletrônico para médicos

PARA SUA EMPRESA

- acesso aos serviços da Receita Federal
- assinatura de documentos eletrônicos com validade jurídica
- autenticação da empresa em sites e transmita informações sobre FGTS e Previdência Social para a Caixa Econômica Federal
- acesso ao Portal Conectividade Social da Caixa Econômica Federal para fazer transações referentes ao FGTS e à Previdência Social

A certificação digital é emitida para e-CNPJ, e-CPF, através dos meios necessários para uso, como o smartcard e o token. Para saber mais, agende uma visita da CDL pelo telefone 54 3209.9977 ou pelo e-mail certificado.digital@cdlcaxias.com.br



Sistema CNDL



