

PANORAMA®

CONTEÚDO PARA VOCÊ > INFORMAÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO

Revista CDL Caxias do Sul
3ª edição de 2019
Ano 11 | Nº 50

 **CDL**
Caxias do Sul

 **SPC**
BRASIL

A CIÊNCIA DE VENDER

Para escalar nos dias de hoje, as empresas precisam de processos sistematizados, baseados em métrica e segmentação

PANORAMA DE MERCADO

Confira o peso dos impostos sob o olhar da CDL Caxias

CADASTRO POSITIVO

Você já faz parte dele. Descubra agora o que é e como ele pode te ajudar

FALA, PRESIDENTE



IVONEI MIGUEL PIONER

foto: Jucimar Milese

Presidente CDL Caxias do Sul

“O mundo nos traz muitos desafios. Podemos aceitá-los como obstáculos ou sermos protagonistas do nosso destino fazendo destes desafios degraus para a escalada de nosso sucesso. Esse olhar faz com que o tempo, bem tão valioso, multiplique-se em sucesso e realizações”.

Entramos no terceiro trimestre de 2019, sempre muito atentos às notícias sobre perspectivas econômicas e políticas brasileiras. Avançamos? Evoluímos? Há esperanças? Sim, sempre há esperanças, e muitas. E elas estão muito relacionadas ao modo com que vemos as coisas, como interpretamos as novidades. Nós, da CDL Caxias, temos a boa mania de cultivar o otimismo mesmo diante da instabilidade que roda o setor varejista. E por isso estamos muito felizes com a notícia de que a partir de julho passa a vigorar o Cadastro Positivo, banco de dados que apresenta o histórico de pagamentos realizados pelos consumidores e empresas. Sua finalidade é possibilitar aos consumidores acesso ao crédito com mais facilidade e juros. É uma ferramenta que sem dúvida vai impulsionar o movimento do comércio.

Outra boa notícia? Temos também! E é com muito orgulho que anunciamos em meados de junho o repasse líquido de R\$ 280.132,99 a 27 projetos beneficentes e assistenciais de Caxias do Sul graças ao Homens na Cozinha, que neste ano chegou a sua 18ª edição inspirado no tema Receita de Solidariedade. Tenho certeza de que todos os associados à CDL Caxias e sua equipe de profissionais estão orgulhosos e emocionados com esse resultado.

Por fim, levanto uma provocação sadia: o que é vender? Como se vende, como se lucra, como se compartilha esse lucro? As respostas estão nas seções Entrevista e na matéria de capa dessa edição da Panorama. Conversamos exclusivamente com dois experts em vendas, Alfredo Soares e Renata Centurión. Soares esteve na cidade a convite da CDL Caxias com a palestra Bora Vender!, na qual defende que vender trata-se de encantamento, conquista, fidelização e alinhamento de interesses. Renata protagonizou em junho uma das palestras mais concorridas da RD On The Road, em Porto Alegre. Ela defende que vender é uma ciência, e que as empresas precisam de processos sistematizados, baseados em dados, métricas e segmentação.

Boa leitura!

JULHO 2019

05

PERFIL

Luciano Potter

08

ENTREVISTA

Alfredo Soares

10

CAPA

14

SPC

Cadastro Positivo

16

PANORAMA DE MERCADO

*e a análise do Núcleo de Informações
de Mercado da CDL*



foto capa: Shutterstock / fotos: Juliano Vizenzi / Pixels /

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 2017/2018

Presidente
Ivonei Miguel Pioner

Vice-Presidente Financeiro: Renato Spuldarso Corso
Vice-Presidente Administrativo: Vitor de Carvalho
Vice-Presidente de SPC/ Benefício: Micael Canuto
Vice-Presidente de Comunicação: Carmen Dalcin
Vice-Presidente de Relacionamento: Rui Alberto Cassina
Vice-Presidente de Tecnologia e Inovação: Eduardo Colombo

Presidente do Conselho Superior: Analice Carrer
Presidente do Conselho Fiscal: Milton Corlati
Presidente do Conselho Deliberativo: Ércio Becker

Gerente Comercial e Marketing: Joel Ribeiro
Gerente Administrativo Financeiro: Carlos Alberto Cervieri

CDL Jovem
Diretora: Alanna Slomp

Vice-diretor Administrativo: Jonathan Piva de Almeida
Vice-diretora de Eventos: Daiane De Toni
Vice-diretora de Responsabilidade Social: Shaíze Maldonado Roth

Representantes Junto aos Conselhos Municipais:

CESPC - Conselho Estadual de SPC: Ivonei Miguel Pioner
- CIC - Conselho Sindical: Ivonei Miguel Pioner
- CMDS - Conselho Municipal de Defesa e Segurança: Jackson Campani / Vitor de Carvalho
- CMTT - Conselho Municipal de Trânsito e Transporte: Margaret Tomasini Bender (Representante CIC) / Ivonei Miguel Pioner
- COMDICA - Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente: Sérgio Formolo
- Comissão Municipal de Análise do Impacto Econômico Sobre os Empreendimentos de Comércio e Serviço: Ivonei Miguel Pioner
- COMSEPLAN - Conselho Municipal de Planejamento e Gestão Territorial: Fernando Gonçalves Reis / Esequiel Andreazza
- COMTCNA - Comissão Técnico Administrativa - Secretaria do Meio Ambiente: Mateus Formolo
- COMTUR - Conselho Municipal do Turismo: Aíndara Comerlatto Costa / Rodrigo Ramos Paglioli
- CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas: Ivonei Miguel Pioner
- CONSEPRO/MOCOVÍ: Jackson Campani
- Festa Nacional da Uva - Conselho Deliberativo: Ivonei Miguel Pioner
- Fundação Caxias - Conselho Deliberativo: Rui Cassina
- MOBI CAXIAS: Turismo: Milton Corlati / Infraestrutura: Fernando Gonçalves Reis / Atração de investimentos: Ivonei

Pioner
- Parceiros Voluntários: Vitor de Carvalho - SPC Brasil
- Conselho Deliberativo do Serviço Nacional de Proteção ao Crédito: CDL CAXIAS: Ivonei Miguel Pioner - SPC Brasil - Conselho Nacional de SPC: Ivonei Miguel Pioner - Observatório Social de Caxias do Sul: Matheus Ballardín / Daiane Catuzzo
- Grupo de Trabalho Turismo Industrial - Comissão de Desenvolvimento Econômico, Fiscalização e Controle Orçamentário da Câmara Municipal de Caxias do Sul - CDEFECO: Claudia Sassi e Rubia Frizzo
- COMDECOM: Alessandro da Silveira Moraes e Márcia Costa
- Serviços para o Comércio do Brasil S/A: Ivonei Pioner
- HUB de Eventos: Claudia Sassi

Outras Representações
Assessoria Técnica Estadual/SPC: Rita de Cássia Pereira

Coordenação Editorial
Gerente Comercial: Joel Ribeiro, **Assessoria de Imprensa:** Dinâmica Comunicação

Produção Revista Panorama
Edição: Dinâmica Comunicação
Diretor-editor: Ricardo Tonet Dini
Jornalista Responsável: Juçara Tonet Dini (MTB 4599)
Textos: Fabiano Fincio
Diagramação: Agência 42
Impressão: Grafilme
Tiragem: 4.800 exemplares

PARA LER, VER E OUVIR



Quando Deixamos Nossos Beijos na Esquina, Vanessa da Mata

A cantora Vanessa da Mata volta à cena com o disco *Quando Deixamos Nossos Beijos na Esquina*, seu sétimo trabalho de estúdio e o primeiro inteiro de músicas autorais. Vanessa se aventurou pela primeira vez também como produtora musical, propondo arranjos diretamente aos músicos, criando a dinâmica sonora do álbum como captação de voz, mixagem, acentuando ou reduzindo as intenções dos instrumentos em função de cada canção. O disco traz músicas leves e curtas letras, com o pop romântico e a brasilidade característica da cantora mato-grossense, somados ao reggae californiano e a ritmos dançantes.



Organizações Exponenciais, Ismail, S. Malone e Van Geest

Um novo conceito defende que as empresas precisarão saber conduzir estratégias para se transformarem em organizações exponenciais, ou seja, dez vezes melhores, mais rápidas e mais eficientes. Para isso, terão uma forte aliada: a tecnologia. É esse o tema de *Organizações Exponenciais*, livro assinado por Salim Ismail, Michael S. Malone e Yuri Van Geest. A obra mostra que a carreira linear (e limitada) será substituída pelo conceito de carreira exponencial, pelo menos nas empresas interessadas em se desenvolver de forma mais ampla e global.



Secrets of Selfridges, Netflix

Documentário disponibilizado na Netflix conta a história do americano Harry Gordon Selfridges, que apresentou um novo modelo de negócios capaz de transformar a maneira de fazer compras da população Londrina. Inaugurada em 1909, sua loja de departamentos revolucionou as compras na capital da Inglaterra e teve um impacto duradouro na sociedade britânica. O filme mostra os segredos por trás de seus negócios progressistas e como a visão inovadora de Selfridges mudou o varejo e o comportamento do consumidor da época.

em ALTA

CADASTRO POSITIVO

Passa a vigorar a partir de 9 de julho. É um conjunto de dados que traz o lado da adimplência. Hoje o mercado já consegue saber se uma pessoa está ou não inadimplente, mas, geralmente, não vê o seu histórico de pagamentos realizados. Essa situação é diferente com o Cadastro Positivo que possibilita a formação e consulta a bancos de dados com informações de adimplimento.

em BAIXA

FINANÇAS DA GERAÇÃO Z

Pesquisa do SPC Brasil indica que praticamente metade da chamada Geração Z não realiza o controle das finanças pessoais (47%). As justificativas são: não saber fazer (19%), sentir preguiça (18%), não ter hábito ou disciplina (18%) ou não ter rendimentos (16%). Em relação aos hábitos de consumo, 56% admitem ceder aos impulsos quando querem comprar algo, enquanto 47% perdem a noção de quanto podem gastar.

Um mundo em constante mudança

O jornalista Luciano Potter considera-se um observador do mundo, e explora essa característica nas palestras que apresenta

Luciano da Silva Lopes entende que a vida, cada vez mais, é de quem está prestando atenção no mundo, quem está entendendo as mudanças que estão acontecendo. É para essas pessoas que ele apresenta dia 22 de agosto, no UCS Teatro, em Caxias do Sul, a palestra Mudança: Todo mundo está em uma, você não?, em mais uma edição do Talk Gestão realizado pela CDL Caxias. Se você não conhece o palestrante por esse nome, certamente vai reconhecê-lo como Luciano Potter.

Aos 40 anos, Potter tornou-se um dos mais influentes comunicadores do sul do Brasil. Esse autêntico “dob-le chapa” nasceu em Rivera, no Uruguai, mas logo “adotou” o Rio Grande do Sul como lar. Penharol no Uruguai e colorado aqui, Potter é graduado em jornalismo pela PUC-RS em 2002 e trabalha para os veículos do grupo RBS desde o ano da formatura. Atualmente participa, na Rádio Gaúcha, do Timeline, e na Atlântida, do Pretinho Básico e ATLGreNal. Também apresenta o podcast Potter entrevista e o Era uma vez no Oeste, sobre filmes e séries. Tem no currículo coberturas de Copas do Mundo e outros eventos nacionais e internacionais. Foi na lida de jornalista que tornou-se um observador do mundo. “É muito importante entender que as coisas podem mudar, e alguns meios mudam muito rápido. O jornalismo está sendo afetado muito, gigantescamente. As redações

estão diminuindo. Ao mesmo tempo, surgem outras opções de trabalho. Ou seja, quem está observando as mudanças do mundo estará um passo à frente, em qualquer profissão sempre”, comenta, em entrevista à Panorama.

Na palestra que traz a Caxias, Potter explora a mudança como tema principal. “Todo mundo está constantemente passando por uma mudança. Somos da última geração que viu o mundo antes de uma das maiores revoluções tecnológicas de que se tem notícia: o surgimento da internet. Dos toca discos e walkman até o mp3 e a Netflix. Não me considero um estudioso, um PHD em palestras. Apenas procuro explicar as mudanças na mídia, na publicidade, e refletir sobre as novas atitudes das marcas frente à uma realidade de transformações constantes”, explica.

Quando não está diante do microfone ou do computador, Potter dedica-se à família, aos amigos, de preferência apreciando um assado e um bom vinho. Gosta de ler, ver séries e assistir a DVDs. “Procuro organizar o meu tempo da melhor maneira possível para poder dar conta de tudo. É preciso guardar um tempo para a gente, para o nosso engrandecimento”, conclui o pai do Federico, de um aninho. Afinal, as mudanças não param, e para dezembro mais um filho vem aí.

“Quem está observando as mudanças do mundo estará um passo à frente, em qualquer profissão, sempre”.

foto: Juliana Viviani



Sistema
Bin: taxas
diferenciadas
para
transações
financeiras

Transações financeiras requerem **CONFIANÇA**

*Parceria entre CDL Caxias e Bin reduz custos operacionais e
aumenta receita dos associados*

Uma pesquisa recente da Associação Brasileira das Empresas de Cartão de Crédito e Serviços (ABECS) aponta que o uso de cartões no Brasil cresceu 14,5% e atingiu R\$ 1,55 trilhão em compras em 2018, o equivalente a 22,8% do Produto Interno Bruto (PIB). O crescimento desse setor no ano passado, segundo a Abecs, ficou acima do previsto, que era de 12%. O brasileiro não só aumentou o gasto geral com cartão como também o número de transações, que em

2018 chegaram a 35,8 mil por minuto. Segundo a associação, levando em conta a população economicamente ativa, o número representa que cada pessoa fez 180 transações com cartão no ano passado.

Para este ano, a projeção é ter um crescimento de 16%, o que representa R\$ 1,8 trilhão. Somente o cartão de crédito deve representar R\$ 1,12 trilhão, com aumento de 15,9%. As estimativas, claro, dependem do comportamento do cenário econômico nacional. Os cálculos são baseados em um crescimento de 2,5% da economia, independente da aprovação da Reforma da Previdência.

Parceria da CDL Caxias e BIN facilita operações

Acompanhando as tendências do mercado e o crescimento das operações com cartão de crédito, a CDL Caxias oferece uma grande novidade. Os associados têm a oportunidade de aderir à BIN, uma solução de vendas que efetua transações financeiras de modo eletrônico na hora em que uma compra por cartão de crédito ou débito é efetuada por meio de uma máquina de cartão.

O sistema BIN descomplica pagamentos eletrônicos, reduz custos operacionais e aumenta a receita dos associados, além de tornar as operações mais simples e confiáveis. Aceita as seguintes bandeiras: Mastercard, Visa, Cabal, Elo, Hipercard, American Express, Banescard, Sorocred, Alelo e Ticket.

O objetivo da parceria da CDL Caxias com a BIN é disponibilizar as melhores taxas aos seus associados, aumento de receita e oferecer mais tecnologia para os meios de pagamento. A ideia é simplificar as conexões que fazem o comércio possível, oportunizando a vários segmentos empresariais, desde start-ups até as maiores corporações, a conduzir o dia a dia do comércio por meio de soluções simples e mais completas, que ajudam os consumidores a prosperarem em um ambiente em constante evolução.

A BIN surgiu a partir de uma parceria entre First Data e Bancoob e é utilizada por mais 305 mil clientes no Brasil, totalizando uma transação mensal de R\$ 4,7 bilhões. A capacidade de operação do sistema é de nada menos que 400 transações por segundo.



DICA DO JOEL

gerente comercial | CDL Caxias

A CDL Caxias acredita muito nessa parceria com a Bin. Nosso objetivo é oferecer aos nossos associados as melhores taxas de atendimento, ou seja, fazer com que o associado cresça com menor custo em taxas. A expertise do sistema atende desde a pequena loja a uma grande marca nacional com produtos de pagamentos inovadores e ferramentas online abrangentes, que podem ajudar o seu negócio a vender mais, reduzir os custos operacionais e aumentar o lucro. Por meio de sofisticadas ferramentas para prevenção e detecção de fraudes, as análises das transações são realizadas em tempo real e suportadas por uma sólida estrutura analítica, com regras de negócios e modelos estatísticos. Esses recursos nos permitem prevenir e detectar fraude em qualquer sistema de meios de pagamentos, minimizando os riscos de perdas e melhorando a experiência dos clientes.

CONFIRA ALGUNS DIFERENCIAIS DO SISTEMA BIN

- Receba no banco que quiser;
- Máquinas com ou sem fio e solução em TEF;
- Soluções para E-commerce;
- Aceita as principais bandeiras do mercado;
- Não possui contrato de fidelidade;
- Taxas diferenciadas para os associados CDL;
- Taxas atrativas para pequenos e grandes negócios;
- Atendimento diferenciado.



MARQUE NA AGENDA

15 a 17/07

Escola de Negócios: Gestão de cobrança nos meios digitais

30/07

CDL Promove: "Pense Fora do Negócio" com Fred Rocha

22/08

TALK GESTÃO 2ª Edição



“ Os comportamentos mudaram. Hoje, mais valioso do que ter um bom estoque de produtos é construir comunidades, criar uma marca e ser um protocolo de soluções para o seu público-alvo”.

A ARTE DE VENDER

Para escalar nos dias de hoje, as empresas precisam oferecer encantamento, criar uma marca e ter um protocolo de soluções

Caxias do Sul, Hotel Personal, dia 26 de junho. Auditório cheio para conferir uma palestra com o sugestivo nome de Bora Vender!, ministrada por Alfredo Soares, empreendedor com mais de dez anos de experiência em vendas e marketing. Um dos principais especialistas em e-commerce e vendas, com mais de 150 palestras nos últimos quatro anos nos maiores eventos e organizações do Brasil, esteve na cidade a convite da CDL Caxias para ensinar, entre várias outras coisas, que todos somos vendedores, mesmo que não saibamos.

Soares, por exemplo, começou sua carreira vendendo cartões de visita aos 19 anos. Aos 26 anos, fundou a Xtech Commerce, que, em três anos, transacionou mais de R\$ 547 milhões em vendas, adquirida pela VTEX em 2017. Na mesma época, fundou a startup Socialrocket, que conquistou, em dois anos, 150 mil usuários em sete países. “Você pode não saber ou até mesmo não se achar vendedor. Mas em algum momento você já foi um, seja para convencer seu pai, seu chefe ou sua esposa”, brinca.

Soares acredita que vender deixou de ser uma troca de produtos ou serviços por dinheiro. Para ele, cada dia mais, vender trata de encantamento, conquista, fidelização e alinhamento de interesses. “Os comportamentos mudaram. Hoje, mais valioso do que ter um bom estoque de produtos é construir comunidades, criar uma marca e ser um protocolo de soluções para o seu público-alvo”, destaca o sócio-diretor da VTEX, maior plataforma de e-commerce da América Latina com presença global em mais de 35 países, onde atua como líder da marca Loja Integrada, plataforma mais popular do Brasil, com mais de 800 mil lojas virtuais criadas nos últimos seis anos, e do novo projeto GoCommerce.

Em meio à correria do dia, Soares concedeu uma entrevista exclusiva à Revista Panorama, na qual, com um poder de síntese imenso, resumiu alguns de seus principais pontos de vista. Confira:

Como você resume o conteúdo da palestra Bora Vender!? Que chamado é esse?

Minha palestra é um conteúdo de insights táticos para as pessoas aplicarem no mesmo dia no seu negócio.

Apresento para as pessoas que não basta ser inteligente e ter conhecimento, é preciso ter atitude como ferramenta em um negócio exponencial. E aceitar o erro como fonte de inspiração.

A venda se configura no poder de convencimento de cada um?

A venda está presente em tudo. Em quem compra, quem conquista, encanta, convence. Vender é algo muito além de trocar produto ou serviço por dinheiro. Vender se trata de resolver um problema.

Em que momento a venda deixa de ser um escambo para se tornar, como você mesmo diz, um alinhamento de interesses, encantamento?

O corretor não vende o imóvel quando assina o contrato e ganha a comissão. Ele vende quando seu cliente se instala no imóvel e está feliz e realizado. Aquele é o momento da venda real.

Você cita o termo “protocolo de soluções” diante das expectativas dos clientes. Mas como estar preparado para saber de fato o que o cliente procura? Há alguma fórmula mágica pra isso?

Não existe fórmula mágica para nada. Nem atalhos. Existem frameworks prontos e processos que você pode usar como referência e adaptar às suas necessidades.

Como tem sido o desempenho do pequeno comerciante, principalmente o ligado ao comércio varejista, diante das novas tendências de mercado?

Os pequenos têm se saído bem porque vivemos na era da social selling, e o pequeno consegue atender mais os clientes. Isso faz total diferença.

Qual o propósito do GoCommerce. Você pode explicar melhor esse projeto, a quem ele se destina e como funciona?

Go Commerce é um projeto que foca em fazer o micro e o pequeno varejista a ter uma solução de venda multicanal e global, desmistificando qualquer barreira para encontrar seu cliente no mundo todo.

QUANDO A CIÊNCIA **IMPULSIONA** AS VENDAS

*Processos
sistematizados,
baseados em métrica
e segmentação, são
fundamentais para o
desenvolvimento de
qualquer empresa*



Renata Centurión esteve recentemente em Porto Alegre onde protagonizou uma das mais disputadas palestras do RD On The Road, evento itinerante voltado ao marketing e à tecnologia. Ela é sócia diretora para a América Latina da Winning By Design, empresa do Vale do Silício (Califórnia, Estados Unidos) que auxilia empresas e startups a desenhar, construir e escalar vendas. Com MBA em Marketing e Vendas pela Fundação Getúlio Vargas e 20 anos de experiência em vendas B2B, a executiva já atuou em diversas áreas de vendas, de promotora técnica à country manager.

Em sua participação no RD On The Road, a palestrante deixou bem claro que, assim como existe uma ciência em vendas, existe uma ciência para aplicar o treinamento em vendas. Para escalar nos dias de hoje, as empresas precisam de processos sistematizados, baseados em dados, métricas e segmentação. Ou seja, a cultura do vendedor "superstar", aquele que geralmente fatura muito mais do que o resto da equipe, está perdendo campo para a Ciência de Vendas, ou no termo em inglês,

Sale as a Science (SaaS). Esses processos sistematizados exigem persistência para que os resultados sejam percebidos, e isso passa muito pelas curvas de mudança e aprendizado. "É comum nos entusiasmos com novos conhecimentos, mas, quando vamos colocá-los em prática, descobrimos que é mais difícil do que imaginávamos e, consequentemente, voltamos aos nossos velhos hábitos. Este padrão comum foi documentado na "curva de mudança" ou "curva de aprendizado". O início da curva corresponde à excitação inicial e o ponto decisivo é conseguimos contornarmos as dificuldades. As empresas precisam apostar nesse processo para acompanhar, motivar e orientar sua equipe nos momentos mais determinantes para que a mudança de fato aconteça e não ocorra um retrocesso. Só assim é possível colocar este conhecimento em prática e garantir produtividade", ensina.

A Revista Panorama teve a oportunidade de conversar com Renata. Ela acredita que vendas são, acima de tudo, cuidar de pessoas e clientes, ouvindo e entendendo suas expectativas para ajudar a superar seus desafios da melhor maneira possível. Confira alguns dos principais pontos da conversa.



“ Antes de você sair vendendo, planejar qual será o processo de vendas é fundamental. As três métricas fundamentais para se acompanhar são volume de vendas, taxa de conversão e ciclo de vendas”.

VENDEDOR “SUPERSTAR” X EQUIPE NIVELADA

“Vendedores ‘superstar’ são os que geralmente já estão na empresa e acabam faturando muito mais do que o resto da equipe. O problema é quando só eles vendem e simplesmente a equipe inteira depende dele, a própria empresa depende dele. Se você tem um vendedor ‘superstar’ e ele vai embora, você dança, 80% do seu faturamento vai junto com ele. Então precisamos capacitar toda a equipe para vender muito bem. Primeiro, ter salários normais entre todos, não exclusivo para alguém. Não é sadio pagar uma fortuna para alguém vir para o seu time, e sim formar o time para que 80% dele se aproxime da meta, e não uma ou duas pessoas performando muito bem. O primeiro passo é entender e separar cada um com sua função, principalmente se for uma equipe grande. Não adianta fazer tudo dentro do processo, porque a chance de quebrar esse processo é muito grande. Mas se fizer o contrário, se quebrar o processo em diversas funções, consegue ter pessoas que consigam fazer melhor em diferentes funções.”

PARA QUEM ESTÁ COMEÇANDO

“Planejamento é a base de tudo. Antes de você sair vendendo, planejar qual será o processo de vendas é fundamental. As três métricas fundamentais para se acompanhar esse processo diariamente, semanalmente e mensalmente são volume de vendas, taxa de conversão e ciclo de vendas. É preciso saber quanto cada uma dessas fases demora para acontecer. Se você tiver a análise separada dessas fases, consegue ver onde pode melhorar, de quanto foi o ‘gap’ em determinado mês e assim por diante. Mesmo que uma crise seja fruto da macroeconomia, é importante saber como isso aconteceu, como isso afetou sua empresa.”

FIDELIZAÇÃO PROFISSIONAL

“O comércio é um dos segmentos que mais sofrem pela falta de fidelização dos colaboradores. Quando você pensa que capacitou e fidelizou um colaborador, ele deixa a equipe. Isso ocorre muito porque não foi adicionado valor a essa pessoa, o gestor não entendeu o valor que ela tinha para a empresa e o que a empresa poderia receber de volta. É extremamente importante capacitar seu time mostrando que além de participar do bem comum da empresa, cada um tem seu valor específico dentro dela, e que pode ser reconhecido. E isso é mais desafiador ainda com essa nova geração, porque a valorização precisa ser percebida e mostrada rapidamente, é um processo muito dinâmico. Se esse feedback não for rápido e gerar impacto, o colaborador percebe que não foi reconhecido e pode ir embora.”

CONHEÇA O SEU PRODUTO

“Um vendedor precisa, sempre, em primeiro lugar, conhecer o produto que está vendendo, e isso nem sempre acontece. Quanto mais ele conhecer sobre o produto que vende, sobre seus concorrentes, métodos de venda, como fazer para conversar com o cliente de forma efetiva, conhecer a sua dor, mais ele venderá. O problema é quando esse processo não ocorre e cada um faz do seu jeito. Muitas vezes um vendedor lhe oferece um produto ou serviço de uma maneira e outro vendedor lhe oferece o mesmo produto ou serviço de maneira completamente diferente, e você fica sem saber de quem comprar e nem o que estão lhe oferecendo ao certo. Daí a importância de os processos serem bem mapeados, bem planejados. Só assim a mágica acontece. O processo entre toda a equipe precisa ser de forma uniforme, se não há várias empresas numa só.

CONFIRA DICAS DA EXPERT EM VENDAS, RENATA CENTURIÓN

- Planejamento é fundamental, e muitas empresas, por mais incrível que isso possa parecer, não se planejam. Esse planejamento não pode estar apenas na cabeça do dono da empresa ou do gestor, precisa ser permeado na organização;
- O objetivo da empresa deve ser claro. Todos precisam saber qual é, onde se quer chegar e por quê? Os “porquês” são muito importantes. Se eu não tenho um propósito, se não sei qual é o caminho, qualquer caminho serve, já dizia Alice no País das Maravilhas;
- Que tenhamos as pessoas engajadas, porque não se faz nada sozinho.

METODOLOGIA DE VENDAS SAAS

- Organize os dados, meça e faça “benchmark” do processo, analise e observe os vendedores para encontrar a causa de quaisquer “gaps”
- Desenhe o processo, o design organizacional, a remuneração, os principais KPIs e a capacitação, e identifique as principais habilidades
- Implemente a tecnologia para fornecer orientações e automação sempre que possível
- Meça os resultados e repita conforme necessário
- Treine as principais atividades no processo de vendas
- Forneça capacitação para garantir adesão ao processo e retenção do conhecimento



Crédito mais
acessível:
consumidor
mais próximo
de realizar
seus sonhos

CADASTRO POSITIVO

democratiza acesso ao crédito no Brasil

Serviço é um estímulo ao credor, que tem mais garantia de recebimento, e ao consumidor, que passa a ter mais acesso ao crédito

Sancionada em abril, a lei do novo Cadastro Positivo passou a valer a partir do dia 9 de julho, determinando que todos os consumidores brasileiros que possuem CPF ativo e empresas inscritas no CNPJ passem a fazer parte automaticamente do banco de dados. Diferentemente da tradicional lista de inadimplentes, o Cadastro Positivo irá trazer todo o histórico de crédito de forma consolidada, inclusive as contas que são pagas em dia, abrindo possibilidade para uma avaliação mais justa e para a redução do custo do crédito no país. Tendo o SPC Brasil como uma das instituições pioneiras na defesa do novo modelo, foram quase 16 anos de discussão no Congresso Nacional até que a lei fosse aprovada e sancionada pelo Poder Executivo. Na avaliação do SPC Brasil, as alterações no Cadastro Positivo devem democratizar o acesso ao crédito e estimular a competição entre as empresas desse mercado, como instituições financeiras, cooperativas de crédito, fintechs e varejo. O cadastro consolida o histórico de crédito de pessoas físicas e jurídicas, por meio de bancos de dados com informações do cumprimento de obrigações financeiras, dos pagamentos de dívidas e contas de consumo, como água, luz, gás e telecomunicações. Os bancos de dados são operados por instituições autorizadas pelo Banco Central, entre as quais o SPC Brasil, braço de serviços e inovação do Sistema CNDL. “As principais vantagens do Cadastro Positivo são proporcionar aos consumidores uma análise de crédito mais abrangente e assertiva, possibilitar que eles negociem melhores

prazos e taxas de juros, de acordo com a análise de cada empresa, e facilitar a aprovação de empréstimos e financiamentos”, avalia Roque Pelizzaro Junior, presidente do SPC Brasil.

A proteção de dados sensíveis e o sigilo bancário permanecem preservados, como todas as demais exigências previstas no Código de Defesa do Consumidor, garantindo que as informações sejam utilizadas única e exclusivamente para fins de análise de crédito. Com anos de experiência na gestão do banco de dados de inadimplentes, o SPC Brasil possui uma estrutura tecnológica certificada para operar com o Cadastro Positivo, atendendo a todos os requisitos previstos nas normas

e com o objetivo de garantir a segurança dessas informações e preservar a integridade dos dados dos consumidores cadastrados.

PONTUAÇÃO DE CRÉDITO

Com o Cadastro Positivo, as informações dos pagamentos das pessoas físicas e jurídicas serão utilizadas para compor um score de crédito, ou seja, uma nota determinada a partir da análise estatística dos hábitos de pagamento, do relacionamento com o mercado e dos dados cadastrais. Para quem concede crédito, apenas o score de crédito estará visível. O histórico de hábitos de pagamentos do cadastrado só será disponibilizado mediante prévia autorização do consumidor.

TIRA-DÚVIDAS

Que é o Cadastro Positivo?

Banco de dados que apresenta o histórico de pagamentos realizados pelos consumidores e empresas. Trata-se de um serviço gratuito à população. Sua finalidade é possibilitar aos consumidores acesso ao crédito com mais facilidade e juros menores (de acordo com a análise das empresas credoras), pois tendo acesso ao seu score de pontualidade nos pagamentos conseguirão dar mais insumo às empresas no momento da análise de crédito.

Qual a principal mudança no Cadastro Positivo?

Com o novo modelo, todos os consumidores passam a participar automaticamente do banco de dados. Antes, a inclusão era voluntária: o consumidor deveria pedir a sua entrada no banco, e hoje, ele é automaticamente colocado lá.

Por que diversas entidades do varejo são a favor dessa alteração?

O desenvolvimento do mercado de crédito no Brasil, por meio de instrumentos como o Cadastro Positivo pode injetar a médio prazo até R\$ 1,1 trilhão na economia, aumentar o PIB anual em 0,54 ponto percentual, possibilitar o ingresso de 22 milhões de pessoas no mercado de crédito, além de trazer benefícios potenciais para toda a população.

Quais as vantagens da mudança?

As alterações são um estímulo ao credor, que tem mais garantia de recebimento, e ao consumidor, que passa a ter mais acesso ao crédito. O objetivo do credor, quer seja uma loja, um banco ou uma financeira, é realizar o maior número possível de vendas ou transações, para que seu negócio prospere. Assim, é do interesse dele vender e conceder mais crédito. O score de crédito e o Cadastro Positivo são recursos essenciais para avaliar a probabilidade de um consumidor pagar suas contas parceladas, independentemente da forma de pagamento escolhida. Quanto menos informações disponíveis para o credor, menor a possibilidade de uma avaliação de risco correta e segura. Essa falta de visibilidade leva o credor a conceder menos créditos para controlar possíveis prejuízos com a inadimplência que não consegue prever

**Para saber mais sobre o Cadastro Positivo, ligue gratuitamente para 0800 887 9105.*

PANORAMA de Mercado

Impostos: uma taxação pesada e injusta para os brasileiros

De uma coisa nós brasileiros não temos a menor d vida. O peso dos tributos impacta demais as nossas vidas. Mas, será que a gente sabe quanto paga sobre tudo que consome? E quem paga por isto são os consumidores ou, são as empresas que prestam serviços e vendem produtos? Nesta edição da Panorama de Mercado vamos tentar responder estas e muitas outras d vidas.

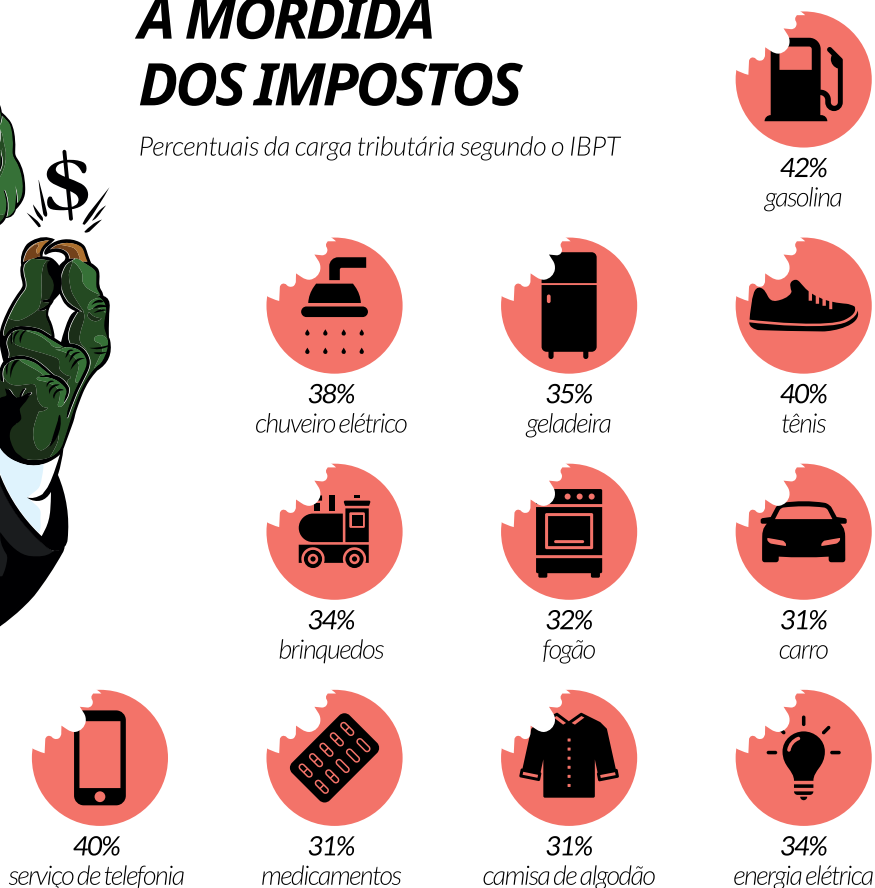
Segundo levantamento realizado pela CNDL/SPC Brasil, 74% dos consumidores não sabem o quanto pagam de imposto embutido nas compras. Estas pessoas não tem no seu hábito diário procurar saber o quanto pagam de impostos nos produtos e serviços que adquirem. Mesmo com a legislação que tornou mais transparente o valor dos impostos sobre os produtos, estes n -

meros ainda são ignorados por muitos. Não que ele não seja considerado importante, pois para 93% dos entrevistados no levantamento, o valor dos tributos impacta diretamente nos preços elevados que encontramos no mercado. "Em grande parte dos países desenvolvidos a maior parte da carga tributária recai sobre a renda e o patrim nio, que é um modelo mais justo. No Brasil, temos um modelo perverso em que a taxação   maior sobre consumo, não importando se aquele cliente faz parte de uma classe mais baixa ou elevada. Trata-se de uma política tributária injusta, pois penaliza quem ganha menos e dificulta a população de perceber o quanto ela, de fato, paga de imposto", alerta o coordenador nacional da CDL Jovem, Lucas Pitta.

Para começar a ajudar a esclarecer em parte as nossas d vidas, o gráfico abaixo mostra a carga tributária presente em alguns produtos.

A MORDIDA DOS IMPOSTOS

Percentuais da carga tributária segundo o IBPT

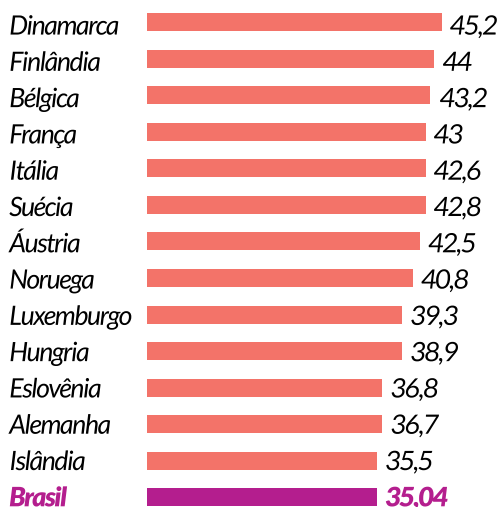


Mas porque é tão complicado entender o quanto pagamos de tributos? As respostas para esta pergunta são inúmeras e passam pela complexidade da matriz tributária, diferença entre alíquotas praticadas pelos diferentes estados da federação e preços declarados já com o valor do imposto embutido. Quando vamos ao mercado, os preços que aparecem para nós nas prateleiras já contêm toda a carga tributária embutida. Desta forma além de dificultar o nosso entendimento sobre quanto estamos pagando de impostos, fica a dúvida de quem está pagando de fato aquele tributo. Muitas vezes co-

locamos a culpa no empresário por estar abusando no preço, quando na verdade este está acrescentando ao seu preço de venda a carga tributária que será repassada para o estado. Ou seja, este dinheiro não fica nem com você e nem com ele. Dentro desta lógica, se o valor não fica com o empresário e vai todo para o estado, significa que vamos ter de volta este dinheiro com serviços públicos de qualidade, certo? Conforme podemos ver no comparativo abaixo o Brasil tem a 14ª carga tributária do mundo com 35,04% em relação ao PIB e, está em 30º no índice de retorno ao bem estar da sociedade.

PESO BRUTO

Maiores cargas tributárias do mundo
(em relação ao PIB)



QUEM GANHA É A POPULAÇÃO

Índice de retorno ao bem estar da sociedade (carga tributária/IDH)



Em estudo feito com base no orçamento da união de 2016, dos R\$ 2,9 trilhões, 58% foram destinados à Dívida Pública e seus Encargos, 20% para Previdência Social e 10% para manter o estado. Neste cenário, os recursos para investir em Educação, Saúde, Segurança Pública e

outras áreas essenciais ficam em segundo plano. Esta combinação de alta carga tributária e sensação de baixo valor de retorno, comprovado pelos estudos da OCDE, ajudam a aumentar a insatisfação, o baixo consumo, a alta informalidade e o desempenho econômico fraco.

Análise do Núcleo de Informação de Mercado CDL Caxias do Sul

Para resolver isto será necessário muito tempo e muita vontade política para levar a cabo todas as reformas necessárias e principalmente reformar toda a máquina pública. Será necessária uma reflexão profunda sobre qual o papel do estado e principalmente quais as expectativas dos brasileiros quanto aos serviços públicos.

Do nosso lado, enquanto empreendedores, precisamos nos manter firmes, acreditando no futuro e na força que o empresário tem para fazer o país crescer. Precisamos investir cada vez mais em informações para os nossos consumidores para que eles entendam, cada vez mais, quanto pesa o estado no seu dia-dia. Ele precisa compreender, acima de tudo, que os tributos pagos pelas nossas empresas representam o dinheiro dele que vai para o estado e que deveria estar voltando para a sociedade sob a forma de serviços públicos de qualidade.

Por fim, precisamos pressionar sim para que as reformas aconteçam e que recoloquem as contas públicas em ordem. Mas, antes de mais nada, precisamos lutar para que o estado entenda sua função e que adeque os serviços públicos que entrega ao preço que ele cobra pelos mesmos.

Aconteceu



► Homens na Cozinha 2019

A 18ª edição do Homens na Cozinha, realizada dia 13 de abril, nos Pavilhões da Festa da Uva, reuniu mais de duas mil pessoas entre empresários, representantes de entidades, da comunidade e autoridades políticas. O maior jantar beneficente da serra gaúcha ofereceu 40 pratos diferentes, elaborados por 157 cozinheiros. Os participantes foram recepcionados pela Orquestra da Fundação Marcopolo – formada pelos jovens beneficiados pela instituição – e apreciaram a apresentação do grupo argentino Geminis Bee Gees, considerado o maior cover mundial da banda.

Fashion Trends - Verão 2020

Comportamento do consumidor e tendências para o Verão 2020 estiveram na pauta do Fashion Trends - Verão 2020, evento realizado dia 23 de abril no Personal Royal Hotel. A consultora de moda e design Simone Rech apresentou conceitos e referências para o próximo verão, encontradas durante sua viagem para Londres, Milão e Moscou. O evento buscou orientar os varejistas que compram as peças da estação nessa época do ano.



► Lançamento HUB de Eventos CDL Caxias

Foi lançado dia 28 de maio, na Biblioteca Parque Largo da Estação, o HUB de Eventos da CDL Caxias. A plataforma online funciona como um portfólio, onde são reunidos os serviços das mais diversas empresas do ramo de festas e eventos, possibilitando um direcionamento assertivo quando o cliente estiver buscando fornecedores para a realização de suas comemorações. A iniciativa, que vinha sendo planejada há dois anos, já conta com a participação de 65 empresas caxienses voltadas para esse segmento. Esse é o primeiro núcleo setorial da entidade, que possui planos de expandir o projeto.

Dia Livre de Impostos - Ação CDL Jovem Caxias

A CDL Jovem Caxias realizou dia 30 de maio mais uma edição do Dia Livre de Impostos. A ação buscou conscientizar a população sobre a alta carga tributária paga diariamente nos produtos adquiridos. A CDL Jovem aderiu ao modelo de campanha nacional, no qual todos os lojistas participantes do Brasil comercializaram produtos ou serviços isentos de impostos. Neste dia a CDL Jovem também esteve com um estande no Shopping Iguatemi Caxias para sanar eventuais dúvidas sobre a tributação brasileira.



Fotos: Daniel Hendler/Regina Lamy/AlexBattistel

*Prepare para tirar
suas ideias da gaveta!*

MELHORA CAXIAS

2019

Data:

10/AGO

8h30min às 16h

Patrocínio:



Apoio:



Mala Direta
Básica

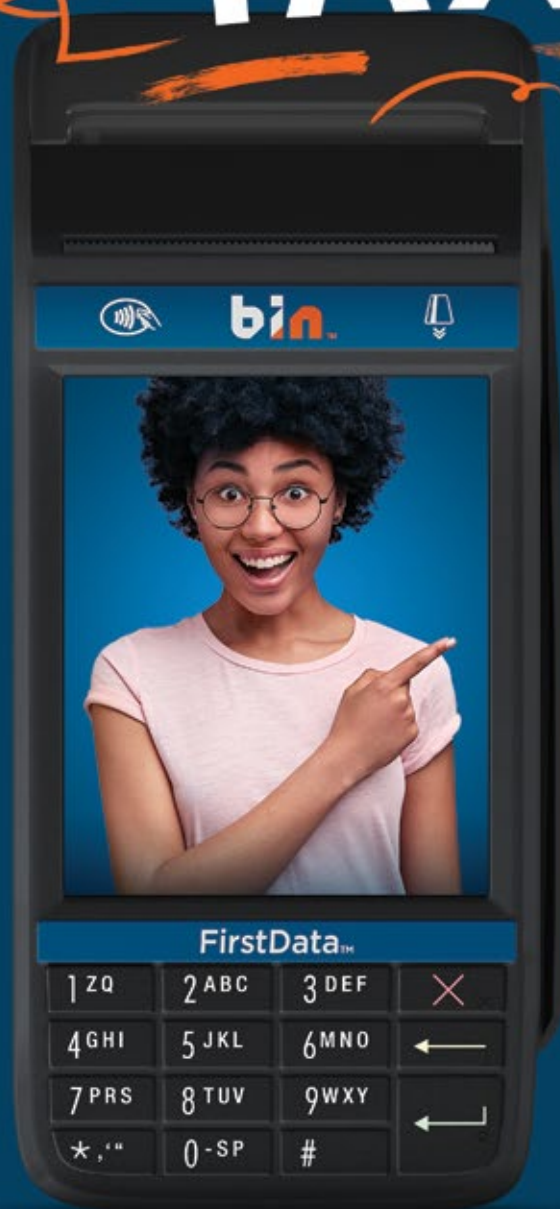
9912318659/2013
DR/RS
CDL

Correios



Fechamento autorizado. Pode ser aberto pela ECT. Endereço de devolução: Agência Os 18 do Forte: Rua Os 18 do Forte, 1248 - Caxias do Sul - RS - CEP 95020-974

ENTRE PARA O MUNDO das menores TAXAS



COM BIN VOCÊ PODE
**TER TAXAS SOB
MEDIDA PARA
O SEU NEGÓCIO.**

BIN, a máquina de cartão
com taxas exclusivas
para associados CDL.

 **CDL**
Caxias do Sul
compartilhando crescimento

 **bin**
Uma solução First Data

www.cdlcaxias.com.br | 54 3209.9977