PANORAMA

REVISTA CDL: A MELHOR INFORMAÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO

Ano 8- Nº 42 - 3ª Edição de 2017

CDL Caxias do Sul

SPC BRASIL

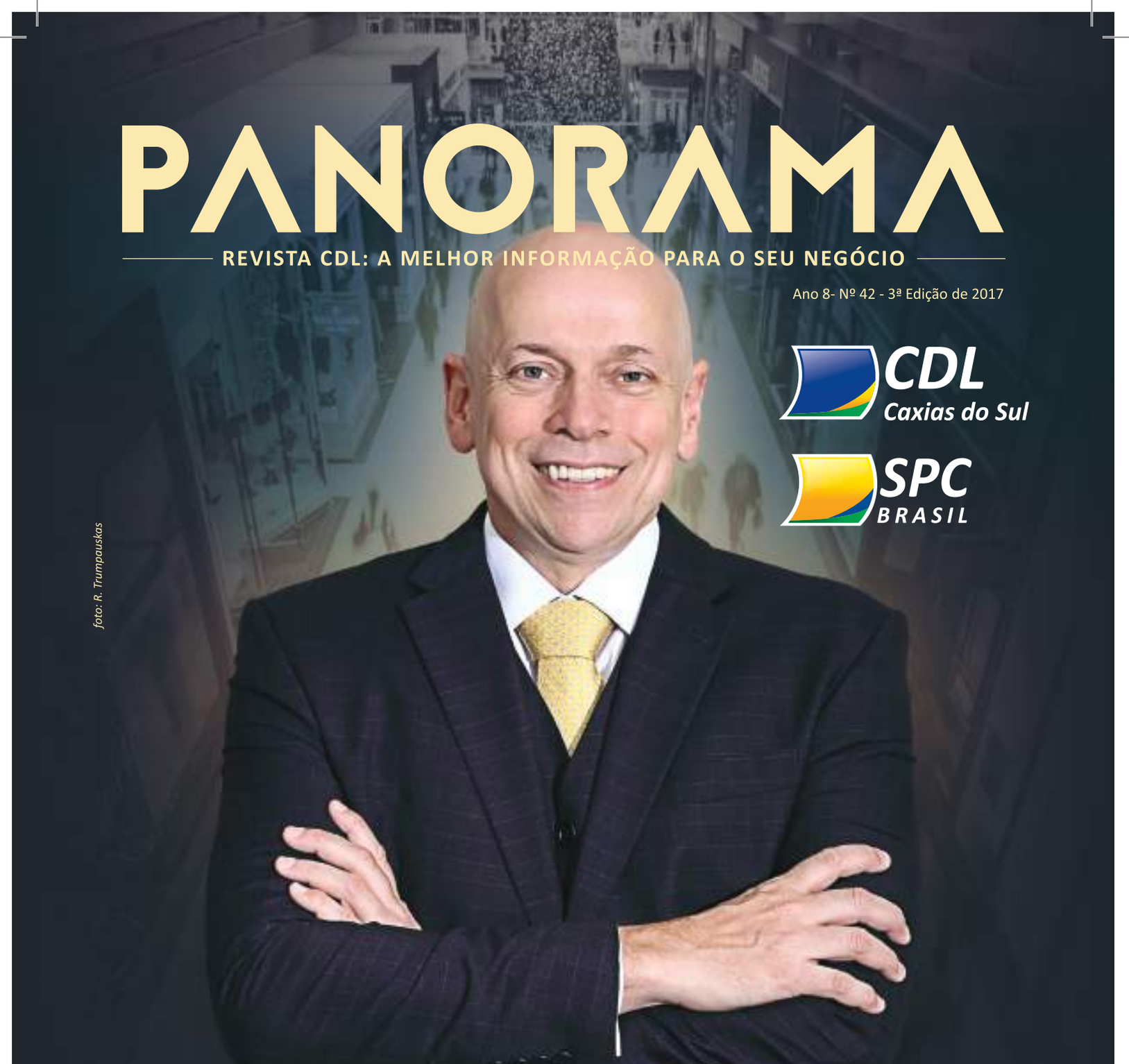


foto: R. Trumpauskas

SE A BATALHA FOI GANHA HOJE, AMANHÃ RECOMEÇA

Entrevista exclusiva de Leandro Karnal para a revista PANORAMA

Página 7

Página 3

Daniel Girardi – conheça o perfil desse jovem empresário caxiense.

Página 9

Sucessão familiar: Quem deve assumir a cadeira principal? Confira.

Página 14

Como se destacar, cativar o consumidor e vender bem sempre!

Carta aberta

Neste momento de extrema dificuldade, em que enfrentamos uma demanda retraída, uma forte carga tributária e incerteza política e econômica tanto no país como em nossa cidade, nós lojistas e empresários estamos percebendo a importância de reduzir custos e inovar para nos tornarmos mais competitivos. Mas diante desta realidade, paramos e pensamos: o que posso fazer para manter minha empresa viva nos próximos anos?

Acredito que a criatividade é uma ferramenta fundamental para obter ganhos consideráveis no processo de inovação e, consequentemente, se diferenciar no mercado competitivo. Para que isso possa acontecer, as ideias criativas devem estar em linha com a realidade do negócio a ser inovado, utilizando assim, simples mudanças com baixo custo, de maneira que possa atrair ou seduzir o consumidor. Nós da CDL Caxias acreditamos que para nos diferenciarmos devemos estar atentos aos acontecimentos no mundo, principalmente no que tange ao comportamento das pessoas. E é por isso que, como entidade, procuramos sempre proporcionar oportunidades de informação e conteúdo aos nossos associados, para que possam encontrar maneiras "diferentes e atuais" de atrair os seus clientes.

foto: Julio Soares

Prova disso é esta edição da Revista Panorama, que traz alguns insights que possam agregar na busca desta tão necessária inovação em nossos negócios.

Espero que aproveite a leitura! Um grande abraço,

IVONEI MIGUEL PIONER
Presidente

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:
Presidente: Ivonei Miguel Pioner
Vice-Presidente de Benefícios e SPC: Oscar Ângelo Panozzo
Vice-Presidente Administrativo: Julian Bianchini
Vice-Presidente Financeiro: Renato Spuldaro Corso
Vice-Presidente de Comunicação: Diego Frederico Biglia
Vice-Presidente de Relacionamento: Rui Alberto Cassina
Vice-Presidentede Tecnologia e Inovação: Fabiano Luís Pezzi
Presidente do Conselho Superior: Analice Carrer
Presidente do Conselho Fiscal: Milton Corlatti
Gerente Comercial: Joel Ribeiro
Gerente Adm e Financeiro: Carlos Alberto Cervieri

CDL Jovem:
Presidente: Lucas Feldens Magnani
Vice-Presidente: Camila Minetto
Vice-Presidente: Esequiel Andreazza

Diretoria Convidada

Gestão e Qualidade: Lucas Generosi, Afonso Celso Chaves e Lucélia Moraes de Lima; **Recursos Humanos:** Elizete Denise Isoton e Ilda Pegoraro Fedrizzi; **Empregos:** Carmem Dalcin, Cristiano W. Tesser Pavinato e Jaqueline Kuver; **Comunicação:** Fernando Bertotto, Naiara Cavalli e Roberta Guazzelli Rech; **Turismo e Cultura:** Ainara Comerlato Costa, Gabriele Piccoli e Rodrigo Ramos Paglioli, Claudia Regina Sassi; **CDL Jovem:** Ricardo Regal Comandulli; **Pesquisa, Informação e TI:** , Renan Tedesco, Ricardo Regal Comandulli e Eduardo Colombo; **Segurança e Sustentabilidade:** Jackson Campani e Vitor de Carvalho; **Responsabilidade Social:** Nelson Minetto e Valmor Concatto; **Benefícios e SPC:** Lakchmi Posser, Micael Canuto, Estanislau Pozzebon, José Quadros dos Santos, Carlos Samuel Freire de Oliveira, Luciana Monaretto e Mateus Formolo.

Representantes junto aos Conselhos Municipais

Caxias Do Sul Conventions, Visitors Bureau: Gabrieli Piccoli; **CESPC-Conselho Estadual De Spc:** Ivonei Miguel Pioner; **Cic-Conselho Sindical:** Ivonei Miguel Pioner; **CMDS-Conselho Municipal De Defesa E Segurança:** Jackson Campani; **CMTT-Conselho Municipal De Transito E Transportes:** Ivonei Miguel Pioner; **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 Miguel Pioner; **COMIC-Comissão Municipal De Incentivo À Cultura:** Claudia Regina G. Sassi; **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:** Mateus Formolo; **COMTUR-Conselho Municipal Do Turismo:** Ainara Comerlato Costa; **Cndl- Confederação Nacional De Dirigentes Lojistas:** Ivonei Miguel Pioner; **Conselho De Relações Sindicais–Negociação Coletiva:** Ricardo Regal Comandulli; **CONSEPRO/MOCOVI :** Jackson Campani; **FCDL-RS:** Ivonei Miguel Pioner; **Festa Nacional Da Uva-Conselho Deliberativo:** Ivonei Miguel Pioner; **Fundação Caxias-Conselho Deliberativo:** Renato Luiz Fedrizzi; **JARI-Junta Administrativa De Recursos De Infrações** - Adriana Vanessa Giacomin; **Parceiros Voluntários-Conselho Deliberativo:** Camila Minetto; **SPC Brasil-Conselho Deliberativo Do Serviço Nacional De Proteção Ao Crédito:** Ivonei Miguel Pioner; **Representante Da CDL Junto À FCDL/RS:** Renato Spuldaro Corso; **Conselho de Desenvolvimento de Caxias do Sul:** Ivonei Miguel Pioner; **Observatório Social De Caxias Do Sul:** Rui Cassina.

Outras representações:
ASSESSORIA TÉCNICA ESTADUAL/SPC
Rita de Cássia Pereira

Coordenação Editorial: Vice-Presidente de Comunicação Diego Frederico Bíglia, Diretora Roberta Guazzelli Rech, Diretora Naiara Cavalli e Diretor Fernando Bertotto, Gerente Comercial Joel Ribeiro, Assessoria de Imprensa PJ Press Informação e Conteúdo – Jornalistas Patrícia Janczak Mtb 12771

Textos: Jornalista Patrícia Janczak MTb 12771
Diagramação/Design: Agência Aeroplano
Impressão: Grafilme
Tiragem: 4800 exemplares

foto: Divulgação

Daiane Potrich e Daniel Girardi, sócios na empresa Girardi Esportes.

NA CORRIDA PARA O SUCESSO

O jovem empresário, de apenas 33 anos, Daniel Girardi, iniciou sua trajetória profissional muito cedo, auxiliando sua mãe no comércio e em seguida como auxiliar de mercado. Formado em Administração com ênfase em Comércio Internacional pela FSG, e com MBA em Gestão Empresarial pela FGV, atuou como auxiliar administrativo em um escritório de representações, e como analista financeiro em uma grande empresa. Enquanto isso, montou a sua primeira loja Girardi Esportes.

Atualmente conta também com uma empresa de representações, voltada ao segmento rodoviário, e sua esposa se dedica à loja.

Sua relação com os grupos de corrida iniciou a partir da necessidade de mudar o posicionamento a loja. A partir do foco em um único esporte, a estratégia foi a aproximação com os praticantes da modalidade, o que projetou a empresa para o crescimento. Recentemente inauguraram uma unidade em Porto Alegre, onde Daniel espera manter o mesmo posicionamento. Ao se sentir desafiado, o empresário afirma que: “desafio é o que nos faz crescer, aprender, sermos melhores, e, acima de tudo isso, nos superarmos!”.

foto: Pexels

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Um dos acontecimentos mais temidos pelas empresas é a perda de dados valiosos ou a exposição de informações sigilosas ou confidenciais. Quando se perde a confiança do cliente, pode ser extremamente caro e difícil, se não impossível, recuperar-se desse tipo de desastre.

Hoje, o mercado oferece várias tecnologias para manter a segurança da informação que vão desde a proteção nativa de dados a soluções rápidas para a recuperação de acessos e informações.

SUA EMPRESA ESTÁ PROTEGIDA?

Veja as três principais maneiras para proteger sua empresa:

1 SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO EM NÍVEL CORPORATIVO, NATIVA EM TODOS OS APLICATIVOS, PCS E DISPOSITIVOS E NA NUVEM.

Muitas vezes a segurança da informação é tratada como um adicional e não como recurso integrante de tecnologia e softwares. Uma maneira de resolver este problema é investir em tecnologia com recursos de segurança nativa – recursos e aplicativos de segurança da informação que estão disponíveis por padrão.

Portanto, se estiver comprando um software ou renovando a configuração de tecnologia da sua empresa, adquira produtos que te oferecem proteção de dados avançada nativa, em todos os níveis da sua TI, entre aplicativos e dispositivos móveis, seja no local ou na nuvem.

2 BACKUP DE DADOS PARA TODA SUA EMPRESA, DE ARQUIVOS DE TRABALHO DOS COLABORADORES A APLICATIVOS DE NEGÓCIOS

O backup de dados é uma parte primordial da proteção de dados para qualquer empresa. A forma mais eficaz e barata para ficar tranquilo com a qualidade é obtendo um backup em nuvem.

39% das empresas do mundo estão planejando usar solução de backup baseadas na nuvem, pois ele oferece uma solução econômica com a habilidade de escalar conforme necessário.

3 RECUPERAÇÃO DE EVENTOS INESPERADOS, DE LAPTOPS PERDIDOS OU ROUBADOS A INTERRUPÇÕES COMPLETAS DOS SISTEMAS.

A recuperação de dados dá a possibilidade de a empresa continuar produzindo mesmo se ocorrer algum imprevisto, ou até mesmo desastre natural. Além de proteger os dados, caso um laptop seja perdido ou roubado.

As soluções mais eficazes e de baixo custo em segurança da informação para recuperação de dados também estão na nuvem, assim como o backup. Ao adquirir uma tecnologia de recuperação de dados, fique atento também se ela oferece criptografia e remoção remota de dados. Pois em caso de perda ou roubo de dispositivos móveis, seus dados estarão protegidos e você poderá limpar remotamente os dados daquele dispositivo perdido.

Para garantir a segurança da informação em sua empresa utilize plataformas completas que abrangem aplicativos de negócios, os PCs e os dispositivos e a nuvem, tudo funcionando em conjunto em uma plataforma confiável. Para baixar custos, o interessante é procurar proteção empresarial e segurança integrada (nativa) às tecnologias, assim você pode proteger seus dados comerciais e preparar-se para qualquer eventualidade.

AUMENTE A SEGURANÇA DE SUAS OPERAÇÕES DIGITAIS

A CDL Caxias oferta aos seus associados a Certificação Digital como solução para certificar a autenticidade dos emissores e destinatários de documentos eletrônicos, garantindo assim, privacidade e inviolabilidade.

O QUE É O CERTIFICADO DIGITAL?

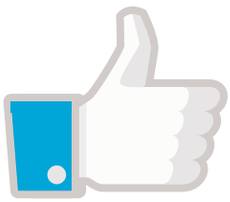
É um documento eletrônico que possibilita comprovar a identidade de pessoas físicas, empresas e sistemas, para assegurar as transações online e a troca eletrônica de documentos, mensagens e dados, com validade jurídica.

OS CERTIFICADOS DIGITAIS PODEM SER APLICADOS EM DIVERSAS SITUAÇÕES:

- Envio de FGTS para a Caixa Econômica Federal (Conectividade Social ICP);
- Substituição da Nota Fiscal modelo 1 ou 1 A pela Nota Fiscal Eletrônica (NF-e);
- Entrega do SPED Contábil e Fiscal; Prontuário Eletrônico para médicos e enfermeiros;
- Petição Eletrônica para advogados;
- Obtenção de bolsas de estudo nos cursos de graduação pelo ProUni;
- Procurações Eletrônicas.

BENEFÍCIOS:

- Segurança nas transações eletrônicas;
- Assinatura digital de documentos e e-mails, garantindo sua autenticidade;
- Redução de custos;
- Desburocratização dos processos;
- Redução de tempo nas transações;
- Eliminação de papéis.

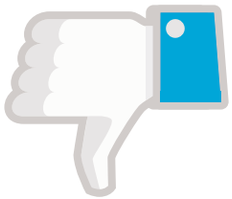


EM ALTA

Liberado por lei, desconto nas compras em dinheiro pode ser praticado.

EM BAIXA

Utilização de cheques está cada vez menor nas compras do comércio.



Para ler, ver e ouvir

Verdades e Mentiras - Ética e Democracia No Brasil

Autores:
Mario Sérgio Cortella / Gilberto Dimenstein / Leandro Karnal / Luiz Felipe Pondé
Editora: Papirus 7 Mares

É senso comum dizer que todo político mente. Mas não seria a verdade uma ilusão, uma impossibilidade que tornaria a mentira ética? Nesse livro, quatro respeitados pensadores de nosso tempo debatem as fricções que envolvem a tensa relação entre ética e democracia, colocando em xeque as verdades e as mentiras que compõem o universo político nacional.

Steve Jobs: Como Ele Mudou o Mundo (2011)

Steve Jobs dispensa comentários no mundo empresarial, sendo considerado um dos maiores gênios já vistos. Nesse documentário de apenas 45 minutos é possível ver como seu império foi criado.

Aplicativo - Sebrae Canvas

A ferramenta mais utilizada na atualidade no planejamento de negócios. O Sebrae Canvas permite que qualquer empreendedor desenvolva suas ideias de negócio ou até mesmo repense um modelo de negócio já existente.

5 músicas para estimular a criatividade

A música ajuda as pessoas a manterem foco durante as realizações de tarefas diárias. Isso porque a cabeça, de certa forma, fica programada para ser mais criativa enquanto ouve um estilo musical agradável ao ouvinte.

Apparat – Not a Number
Dzihan & Kamien – Stiff Jazz
Avatism – Adamant (Vakant)
Bonobo – Cirrus
Radiohead – Everything in its Right Place

foto: R. Trumpauskas

LEANDRO KARNAL

Liderança no mundo líquido

Leandro Karnal está habituado com plateias, acostumado a entretê-las, a quase hipnotizá-las. Suas ideias alcançam diariamente dezenas de alunos nas turmas da Unicamp, milhares de pessoas em palestras por todo o país e ultrapassam a fronteira do milhão de espectadores no Facebook e em programas de televisão como o Café Filosófico, da TV Cultura.

Karnal é um fenômeno erudito pop da atualidade. Aos 54 anos, o especialista em história da América e autor de nove livros é um pensador com uma didática ímpar: relaciona La Boétie com 50 tons de cinza e explica a visão de Sartre sobre a nadificação da vida com uma metáfora sobre pizzas.

Gaúcho de São Leopoldo, cidade da Grande Porto Alegre com tradição alemã, Karnal, o terceiro de quatro irmãos, dedica boa parte da sua erudição à influência do pai, um advogado, político, professor de latim, inglês e português que morreu em 2010.

Católico praticante em toda a infância e parte da juventude, Karnal foi jesuíta e parte de sua formação em filosofia foi feita na Companhia de Jesus. Depois, concluiu os estudos na Unisinos. Aos 24 anos, trocou o Rio Grande do Sul por São Paulo, onde fez doutorado na USP e começou a lecionar em escolas como o recém-inaugurado Colégio FAAP. E não parou mais.

Karnal esteve em Caxias do Sul, a convite da CDL Caxias, para palestrar aos associados da entidade sobre a temática "Liderança no Mundo Líquido". Ele apresentou o novo conceito de estratégia e liderança do mundo contemporâneo. Segundo ele, "o líder era o portador tradicional de duas características clássicas: carisma e poder. Centralizador, ele dirigia e indicava a subalternos as ações, que seguiam seu roteiro. O mundo contemporâneo transformou o conceito. De centralizador ele passou a ser parte do processo de ação. O subalterno deu lugar a equipes e a hierarquia como valor em si deu lugar à cooperação com sinergia. Sustentabilidade passou a ser fundamental: manutenção de recursos, viabilidade psicológica dentro das organizações, continuidade de projetos sem destruição das partes envolvidas. Uma liderança que potencializa e que não anula, que possibilita e não substitui e que, acima de tudo, inicia um processo que apresenta continuidade para a organização, para a sociedade e para o meio ambiente".

A redação da Revista Panorama conversou com o filósofo, que trouxe algumas definições sobre esta temática:

Qual o conceito de mundo líquido?
Karnal - A expressão do sociólogo Z. Bauman diz respeito à falta de limites, de identidades fixas, de fronteiras definidas. Bauman usa esta figura de linguagem para falar da incerteza que domina nosso tempo, distinto de momentos de certezas, o mundo sólido.

Quais as principais características de uma geração de um mundo líquido?
Karnal - O eu é definidor de vontade: se eu gosto assim é. A verdade está restrita ao mundo subjetivo (ou seja, do próprio sujeito), querer é igual a poder e a realidade é intermediada por redes e tecnologia.

Como as empresas devem se preparar para atuar em um mundo líquido?
Karnal - Entender que nem tudo que é novo é bom e nem tudo que é antigo é ruim. Saber que novos funcionários e participantes do grupo trazem novas perspectivas e que existe um trabalho de mútua acomodação: a empresa não deve rejeitar as novas mentalidades e nem permitir que cada novo ingressante redefina a cultura da empresa.

Quais as características que um líder deve ter para atuar neste mundo líquido?
Karnal - Atualização constante, olhar redobrado sobre tendências, evitar a zona de conforto das experiências do passado.

A verdade está restrita ao mundo subjetivo (ou seja, do próprio sujeito), querer é igual a poder e a realidade é intermediada por redes e tecnologia.

Podemos dizer que vivemos em um período de incertezas?
Karnal - Sim. Isso não é ruim em si. Certezas quase sempre são autoritárias. Temos caminhos novos a descobrir e isso não precisa ser ruim, basta que se aceite o desafio de criar e inovar. Administração deixou de ser agronegócio e passou a ser bonsai: ação diária e atenção no detalhe. Se a batalha foi ganha hoje, amanhã recomeça. Essa é a nova regra do jogo.

Fama nas Redes Sociais

Atualmente, um milhão de pessoas curtem Leandro Karnal no Facebook – há um ano, eram 400 mil. No YouTube, seu vídeo de maior popularidade chama-se "Minha felicidade depende de mim", de 2016, com 1,6 milhão de visualizações (suas recentes entrevistas ao Programa do Jô e ao Roda Viva também ultrapassam o milhão). Seu livro Pecar e Perdoar: Deus e o Homem na História, de 2014, acumula nove semanas consecutivas na lista de mais vendidos da revista Veja. Felicidade ou Morte, escrito com Clóvis de Barros Filho, terminou 2016 na sexta posição da mesma lista. O gaúcho faz parte do grupo de "filósofos pop", que abrange nomes como Mário Sergio Cortella, Marcia Tiburi, Luiz Felipe Pondé e Barros Filho. A semelhança entre eles: todos tentam refletir sobre questões da vida contemporânea e discutir aspectos específicos da política nacional com base em referências bibliográficas, linhas de pensamento históricas e argumentos de lados distintos.

foto: Pexels

QUEM VAI ASSUMIR A CADEIRA PRINCIPAL?

É IMPORTANTE PLANEJAR A SUCESSÃO NA EMPRESA FAMILIAR

Empresas familiares geralmente estão associadas à agilidade na tomada de decisões, estruturas enxutas e poucos níveis hierárquicos. Mas como qualquer outra companhia, elas também precisam superar obstáculos. O maior deles é a sucessão.

O processo sucessório em uma empresa familiar deve ser planejado levando em consideração as particularidades de cada grupo familiar e empresarial. De acordo com Ivandro Roberto Polidoro, especialista no processo de sucessão na Martins & Polidoro Advogados Associados, o planejamento sucessório deve considerar aspectos bastante técnicos como capacidade, habilidades, perfil e experiência dos sucessores. “Para isso, há necessidade de definição prévia

dessas questões. Nada, porém, sem antes esse processo estar “maduro”, ou seja, ser aceito por todos”, explica ele.

Deve ser iniciado com a presença do fundador da empresa e com a participação ou o aval de todos os envolvidos. É preciso que haja, durante todo o processo, um clima de diálogo para tratar dos conflitos já existentes e dos que podem surgir. “Primeiro a “maturidade” do processo em si. É isso que se quer? Os sucedidos estão efetivamente dispostos a isso? Há consciência de que nem sempre os sucessores serão filhos? Os sucessores estão escolhidos? São aptos ao processo? São filhos/herdeiros ou são terceiros?”, são questionamentos indicados por Polidoro.

O especialista acredita que em seguida os envolvidos devem se questionar se a empresa está preparada para isso. Ou seja, se a estrutura societária e administrativa está pronta. Se já existe uma organização patrimonial, ou se já foi desenvolvido um planejamento tributário, para se evitar despesas desnecessárias. E por fim, analisar se o perfil desejado de gestão e de gestores está bem definido. O

foto: Paulo Pretz

Ivandro Roberto Polidoro, especialista no processo de sucessão na Martins & Polidoro Advogados Associados.

Herdeiros devem estar conscientes

Os herdeiros devem ser conscientizados de que não vão herdar uma empresa, mas uma sociedade composta por pessoas que não se escolheram. Assim, é preciso separar claramente os conceitos de família, propriedade e empresa. Durante todo o processo, deve haver um clima de diálogo para tratar dos conflitos.

É fundamental não confundir a profissionalização da gestão (criação de organogramas e definição de funções para os herdeiros) um processo que não soluciona a transição com a profissionalização da sociedade, que criará uma consciência societária entre os herdeiros.

Quando iniciar o processo de sucessão?

Ivandro Polidoro acredita que a hora certa para se iniciar um processo de sucessão é quando os sucedidos estiverem certos. "Mas é importante observar que o processo é demorado, ou seja, iniciar não quer dizer transferir em um ou dois meses os poderes. Significa definir as questões básicas antes referidas e criar condições para que elas se realizem. Isso pode demorar alguns anos”, explica ele.

Conhecimento de todas as áreas da empresa

foto: Paulo Pretz

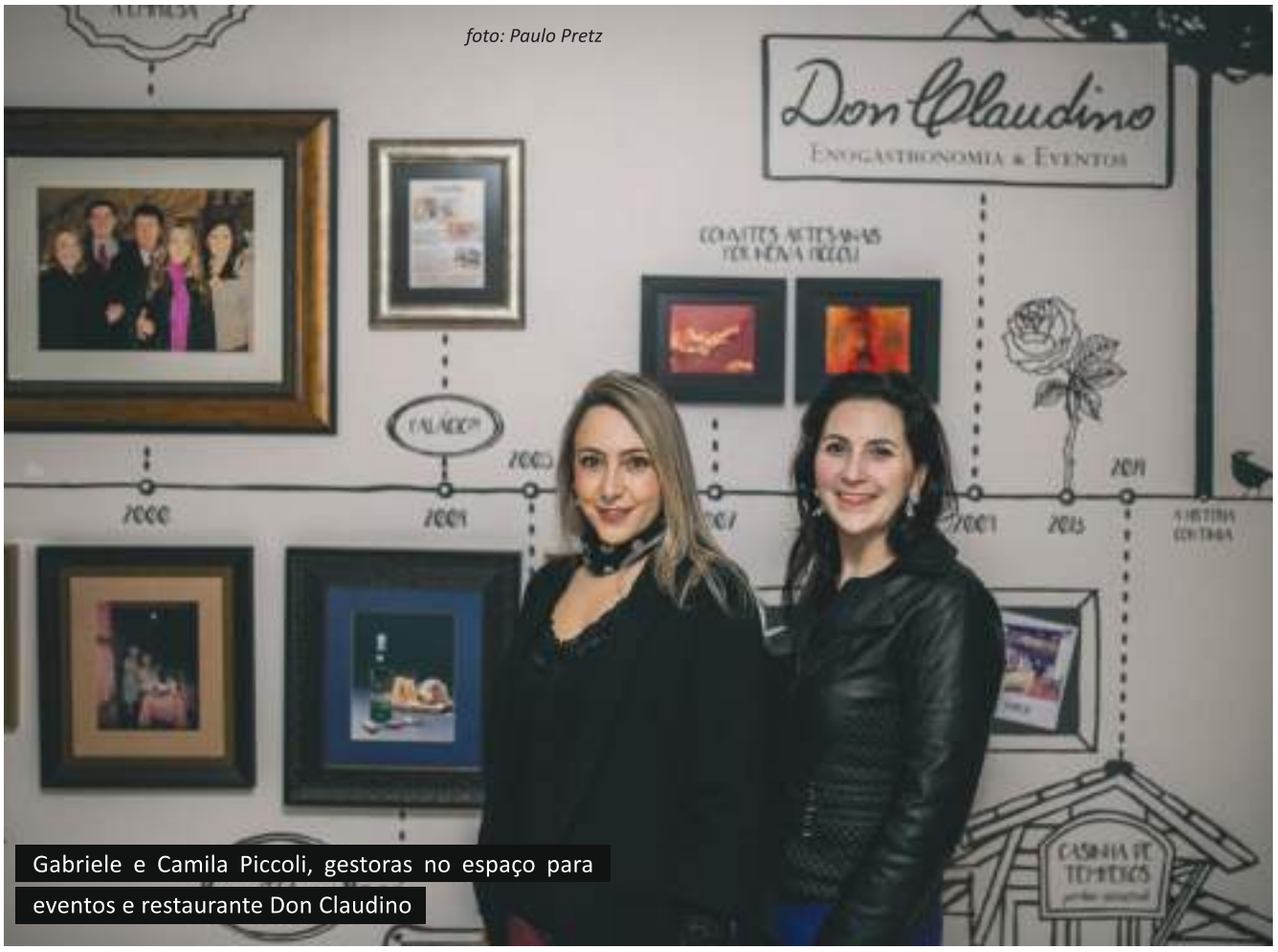
Carlos Samuel Freire, Diretor Fabril e Administrativo da Yang Modeladores.

O processo de sucessão da Yang Modeladores iniciou dez anos antes, por meio do planejamento estratégico da empresa. De acordo com Carlos Samuel Freire, a partir do momento que se definiu a sucessão, ele procurou atuar em todos os setores da corporação. “Assumi efetivamente a empresa dos meus pais em 2016, e isso só foi possível por eu ter conhecimento das áreas, envolvimento com os franqueados e fornecedores e o apoio dos colaboradores”, explica ele.

Hoje seus pais dividem a presidência do conselho consultivo, Samuel está como diretor fabril e administrativo, e sua esposa, Cristini Francieli Pereira, como diretora comercial. Para ele, a missão mais difícil é separar assuntos familiares dos negócios. “Isso é uma missão muito difícil, pois normalmente o negócio da família também é a paixão, então evitar assuntos de trabalho em reuniões familiares e assuntos familiares em reuniões de trabalho sempre é um desafio. Tem que haver um pacto entre o clã para que isso não ocorra. Evitar trazer esses assuntos para dentro de casa ajuda. E assim respeitar a hierarquia de casa e da empresa, que nem sempre é a mesma”, indica.

No caso da Yang, o fato do sucessor já estar inserido no processo de trabalho da empresa ajudou a aliar a experiência entre as gerações. “Eu sempre estive presente em todas as fases da empresa, minha gestão pôde ser testada em muitos momentos, em projetos pequenos e em projetos grandes também. E é muito importante o sucessor fazer com que o sucedido se sinta importante no processo, afinal de contas chegamos aqui graças ao trabalho, empenho e gestão do fundador. Respeito e comunicação entre os dois é fundamental para o bom andamento do processo de sucessão”, acredita Samuel.

foto: Paulo Pretz



Gabriele e Camila Piccoli, gestoras no espaço para eventos e restaurante Don Claudino

Desejo de dar continuidade ao negócio da família

A vontade de estar inserida no negócio da família e perpetuar para mais gerações, foi a motivação de Gabriele Piccoli e sua irmã, Camila Piccoli, abraçarem juntas o desafio de assumir a empresa dos seus pais, o Don Claudino Restaurante.

"Acho que o principal fator a ser levado em conta no momento da sucessão é a vontade de estar no negócio e dar continuidade a ele. Não é possível fazer algo crescer se estiver sendo feito à força. No caso da nossa empresa, desde o princípio, foi vontade nossa assumir o negócio da família, por isso nos doamos muito, da mesma maneira que meus pais fizeram no momento da sucessão da empresa do meu avô", explica ela.

Segundo Gabriele, a empresa não passou por um processo formal de sucessão, e sim, com o tempo, ela e sua irmã foram assumindo as responsabilidades da empresa, e os pais acompanham mais no sentido de suporte e apoio necessário. "Eles foram nos preparando para isso, sempre confiaram e acreditaram muito em nossas ideias", afirma.

Tradição x Modernidade

"Não abdicar da experiência do pai, sem abrir mão da modernidade trazida pelos filhos", este deve ser o objetivo de qualquer sucessão em uma empresa familiar, de acordo com Polidoro. Para que isso aconteça, deve haver um período de transição, quando o poder do pai não é entregue por completo aos filhos, mas, ao mesmo tempo, os eleitos à sucessão começam a ter maior poder de decisão e autonomia. Tudo muito gradativo. Na maioria das vezes, para não dizer em cem por cento delas, é criado o conselho de administração, para que as ideias de todos, diante das realidades da empresa, sejam postas à mesa e discutidas. "Comum, e até aconselhável, que tenham conselheiros externos, com experiência, para que possam auxiliar na tomada de decisão de cada questão, que deve ser isenta e que deve ser profissional e não emocional", recomenda o especialista.

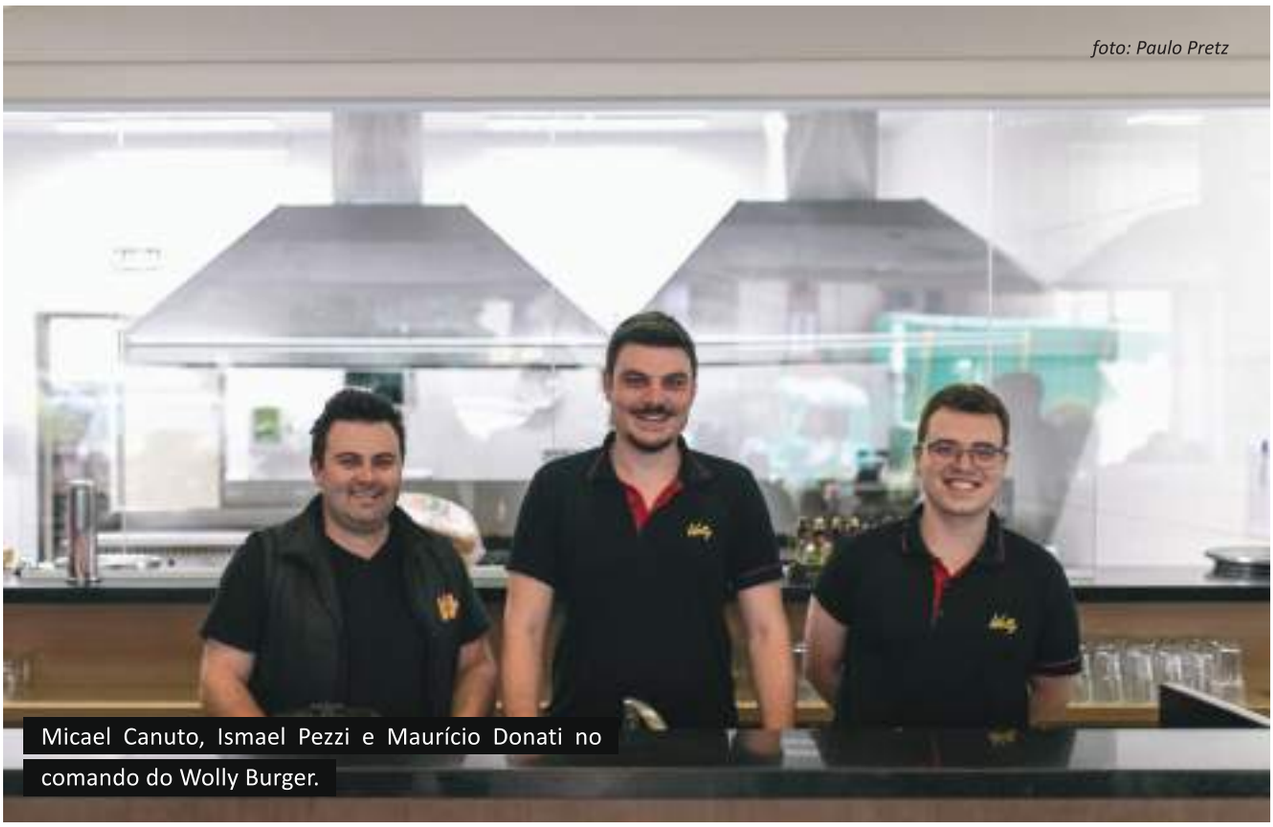
Quando a sucessão acontece de forma natural

No Wolly Burger, o processo de sucessão vem acontecendo nos últimos cinco anos de forma natural. De acordo com Micael Canuto, gerente de compras e marketing, não houve um planejamento e sim, as atividades foram automaticamente assumidas pelos sucessores. O pai e seus dois sócios, fundadores da empresa, começaram a passar mais responsabilidades para os sucessores, deixando de realizar algumas atividades até então desempenhadas por eles.

"Nós valorizamos muito o conhecimento prático e a experiência dos nossos pais, em muitos casos buscamos neles a solução de nossos problemas, e eles fazem o mesmo quando surge algo novo..."

"Como a nossa empresa não é de grande porte, tudo foi muito subjetivo e não tão explícito, mas os requisitos mais avaliados foram o real conhecimento do negócio, dos processos, produtos e do desempenho em cada setor, ou seja, passamos por todos os setores da empresa", explica Micael. Para ele, as principais variáveis que geraram conflitos foram a diferença entre as gerações e a dificuldade em aceitar algumas mudanças, aliado às mudanças do mercado, que precisam da experiência de quem já viveu momentos de recessão e saiu deles, com a agilidade de quem quer inovar e modernizar a empresa e os processos. "Nós valorizamos muito o conhecimento prático e a experiência dos nossos pais, em muitos casos buscamos neles a solução de nossos problemas, e eles fazem o mesmo quando surge algo novo. Acredito que o segredo para aliar a tradição e a experiência é o respeito, pela história de quem está a 31 anos no ramo e há 20 anos à frente da empresa, e respeito também por quem vai levar a empresa e agregar coisas novas ao futuro. O importante é saber que todos queremos o mesmo", conclui ele.

foto: Paulo Pretz



Micael Canuto, Ismael Pezzi e Maurício Donati no comando do Wolly Burger.

Livraria e Café do Arco da Velha: uma nova experiência para o cliente.

foto: Paulo Pretz

INOVAÇÃO PARA O VAREJO

Como se destacar, cativar o consumidor e vender bem sempre!

Esse papo de que o consumidor está mais exigente e informado não é novidade. Agora, a regra é se reinventar, unindo tecnologia às lojas físicas para agregar novas experiências. Enfim, inovar para conquistar, fidelizar e aumentar o faturamento.

No Brasil, muitos varejistas já têm modernizado seus negócios para atender esse novo público – caso de livrarias, farmácias, lojas de moda, alguns supermercados e até sites especializados.

Veja algumas dicas de tendências de inovação que é possível aplicar em qualquer negócio:

1 – Reinvenção

É hora de repensar o seu negócio. A reinvenção em vários segmentos pode servir para melhorar o relacionamento com o cliente e fidelizá-lo.

Livrarias podem ser grandes exemplos: muitas deixaram de ser apenas um comércio de livros para virarem pontos de encontro e informação. Desta forma, elas reinventaram a experiência de compra, conseguiram agregar valor e acabaram tornando-se uma espécie de 'templo de experiências' para o cliente.

2 - Customização

É o jeito de oferecer produtos únicos para o consumidor. Além da customização de produtos, é possível também customizar ofertas, em que o próprio cliente pode receber descontos de acordo com o seu perfil.

3 – Experiência do consumidor

É necessário criar novas formas de mudar conceitos da experiência do cliente. Ao invés de somente vender determinado produto, por que não criar um ambiente visual e emocional, com um serviço personalizado de acordo com cada cliente? Ou agregar a possibilidade do cliente viver uma experiência diferente no local de venda, em que ele possa experimentar e testar produtos?

Todos os modelos de varejo que puderem trazer para sua essência o componente de experiência certamente vão crescer.

4 – Online e Offline

É a migração de experiências das lojas originais do varejo físico para o virtual. Os grandes espaços das lojas de departamento podem dar lugar a lojas físicas menores, onde é possível visualizar e experimentar amostras de produtos. Apenas uma parte do mix de produtos fica disponível para os clientes na loja física. No entanto, dentro do estabelecimento o cliente tem acesso a um grande acervo online, que conta com o mix completo de artigos em todas as seções – como uma prateleira digital em tela grande. Os pedidos podem ser realizados via tablets e smarphones e as lojas têm wi-fi grátis.

A vantagem é que a loja física geralmente é restrita ao seu estoque, e ampliando as opções de compras via online é possível diminuir o tamanho do estoque, ou seja, inovação com riscos menores.

5 - Curadoria

Neste caso a loja pode expor seus produtos em uma espécie de showroom online ou offline, que mostra tendências e são organizados de acordo com o que entendem ser o estilo de vida dos clientes de cada marca.

Essa tendência remete a um cuidado maior na seleção, pois o objetivo é montar um sortimento que atenda ao gosto de quem será atendido. A curadoria é uma evolução do processo de escolha do cliente, pois diferencia cada item.

6 – Intervenções tecnológicas

A tecnologia, por si só, não é uma inovação. Na verdade, inovadoras são as possibilidades que ela cria. Como por exemplo a criação de um showroom digital, catálogos virtuais e visibilidade do estoque em tempo real na loja.

Outra possibilidade é utilizar a realidade aumentada para permitir quer o cliente use o seu smartphone na loja física para navegar online e realizar suas compras.

7 - Hyperlocal

Imagine poder comprar produtos verdes e frescos 365 dias no ano, perto da sua casa, em um supermercado integrado a uma fazenda local, ou com alimentos fornecidos diretamente por pequenos produtores que ficam a poucos quilômetros da loja.

O hyperlocal, uma tendência do varejo, já é prática comum em redes norte-americanas, em que além de frescos, os produtos são sustentáveis e despertam o interesse dos clientes que consomem, além de dar um senso de comunidade local.

8 - Mídias Sociais

Um dos mais recentes desenvolvimentos para mudar o mundo do varejo são as mídias sociais. Ao longo da última década, sites como Facebook, Twitter e Pinterest transformaram a maneira como os consumidores se comunicam com os comerciantes e como pesquisam o que querem comprar.

Mais de 40% dos consumidores usam redes sociais para recomendar produtos. Além de influenciar as decisões de compra dos consumidores, as redes sociais oferecem aos varejistas a oportunidade de levantar opiniões sobre seus novos produtos e serviços.

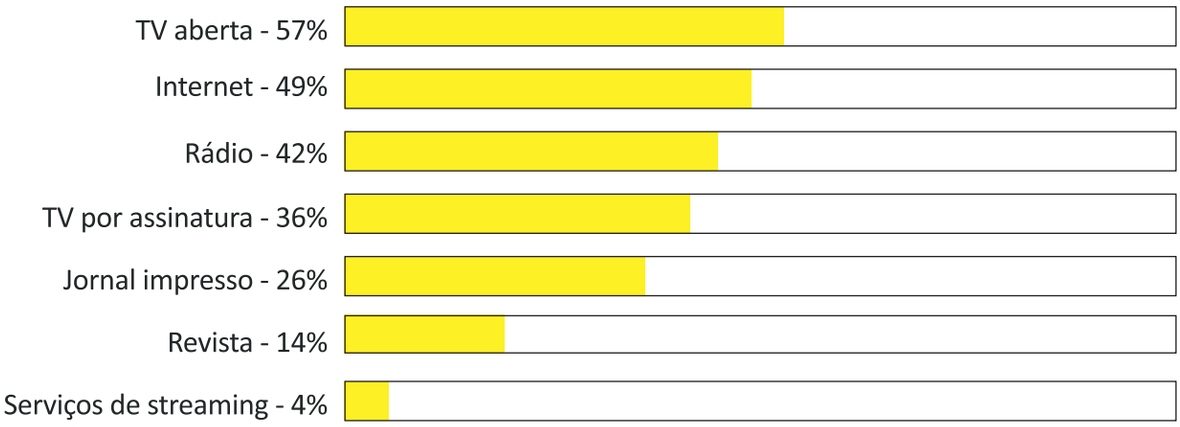
PESQUISA SPC REVELA AS MÍDIAS FAVORITAS DE QUEM MORA SOZINHO.

foto: Paulo Pretz

TV aberta e internet são as principais fontes de informação e entretenimento

A TV aberta é a principal fonte de entretenimento de mídia para 57% dos brasileiros que vivem sozinhos. A constatação é de uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) nas 27 capitais com indivíduos que não dividem o lar com outras pessoas. Dados oficiais do IBGE revelam que, atualmente, são mais de 10 milhões de pessoas nessa situação, número que cresceu quase 40% apenas na última década.

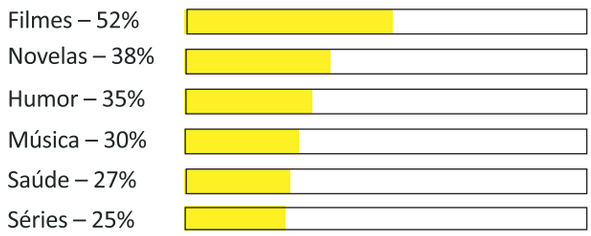
RANKING DE MÍDIAS



Em segundo lugar no ranking de preferências aparece a internet, com 49% de citações. Outras plataformas de entretenimento e informação bastante utilizadas pelas pessoas que vivem só são o rádio (42%) e a TV por assinatura (36%). Pouco mais de um quarto (26%) dos entrevistados leem jornal impresso e 14% se dedicam à leitura de revistas. Os serviços de streaming foram citados por 4% da amostra.

Os programas ou assuntos que mais despertam o interesse dos entrevistados são filmes (52%) – percentual que sobe para 63% entre os homens – e novela (38%), cujo índice salta para 55% considerando apenas a parcela feminina de entrevistados. Outros temas de interesse são humor (35%), música (30%), saúde (27%) e séries (25%).

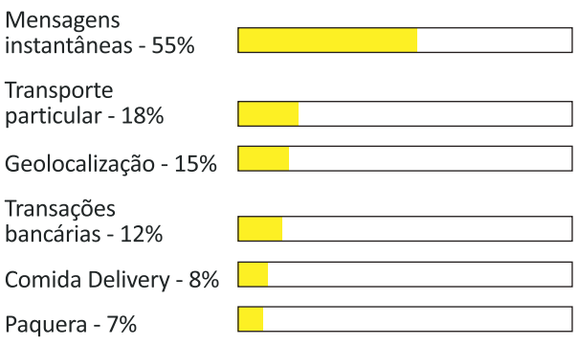
PROGRAMAS OU ASSUNTOS QUE MAIS DESPERTAM O INTERESSE:



Manter contato com familiares e amigos é a principal finalidade para 63% dos que usam redes sociais

Aplicativos de smartphones para troca de mensagens instantâneas (55%), de transporte particular (18%) e geolocalização (15%) são os mais utilizados pela população brasileira que não divide a casa com outras pessoas. Completam o ranking os aplicativos para realizar transações bancárias (12%), de comida delivery (8%) e de paquera (7%). No total, 66% dos brasileiros que moram sozinhos possuem smartphone e usam aplicativos.

APLICATIVOS MAIS USADOS:



Já as redes sociais e aplicativos para trocas de mensagens favoritos dos entrevistados são Whatsapp (73%), Facebook (54%), Youtube (20%), Instagram (18%) e Twitter (8%). Dentre os entrevistados que usam redes sociais, a principal finalidade da ferramenta é manter contato com amigos e familiares, citada por 63% de seus usuários. Os que usam as redes sociais para passar o tempo são 61% dos entrevistados. Há ainda 42% que as utilizam para manter-se informado e 32% que buscam informações para o trabalho.

PRINCIPAIS REDES SOCIAIS E APLICATIVOS PARA TROCAS DE MENSAGENS

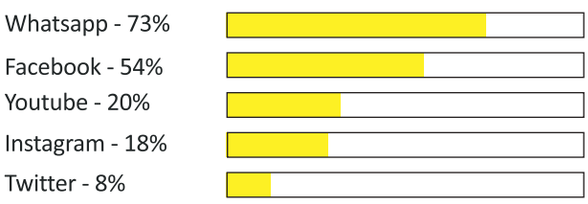


foto: Luana Reis

CDL realiza sorteio do 1º carro da campanha "CDL Presente com Você 2017"

Carla Natalia Raimann Daros é a ganhadora do carro do primeiro sorteio de 2017 da edição da Campanha Promocionall “CDL Presente com Você”, realizada pela CDL Caxias. “Nunca fui de ganhar nada, mas quando recebi o cupom, tive um pressentimento que este carro poderia ser meu”, contou a proprietária do novo Palio Fire Flex 1.0.

foto: Luana Reis

Homens na Cozinha repassou 247 mil reais a entidades assistenciais da cidade

A Comissão do Homens na Cozinha e o Departamento de Responsabilidade Social destinaram a 36 projetos de entidades assistenciais da cidade R$ 247 mil. O valor é resultado da realização da 16ª edição do evento Homens na Cozinha, apoiado pela CDL Caxias que esse ano foi realizado no início de abril, nos Pavilhões da Festa da Uva. Com isso, o evento totaliza, desde o ano de 2002, a importância de R$ 2.023.100,00 em valores doados para mais de 231 projetos de entidades sem fins lucrativos de Caxias do Sul. A entrega foi realizada na Câmara de Vereadores no dia 08 de junho.

foto: Luana Reis

CDL Caxias realizou palestra "Comunicação em tempos de extrema mudança", com Fabiano Baldasso

A CDL Caxias realizou no dia 08 de junho, café da manhã com a palestra “Comunicação em tempos de extrema mudança”, com Fabiano Baldasso. O evento foi gratuito e aconteceu no auditório do 2º andar do Palácio do Comércio.
Fabiano Baldasso mostrou, através dos erros e acertos de sua trajetória profissional, como é possível obter excelentes resultados através de uma comunicação bem-feita, atrativa e relevante para o seu público alvo.

foto: Paulo Pretz

Maria Paula Lasch Johann é a candidata à Glamour Girl da CDL

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 é Maria Paula Lasch Johann, filha de Paulo Johann e Marisângela Lasch Johann. Estudante do 1º ano do Ensino Médio do Colégio São Carlos, Maria Paula admira o trabalho filantrópico realizado pela Liga e está disposta a contribuir com a causa.

CDL
Caxias do Sul
VOCÊ SABIA QUE O SPC BRASIL PODE SER UM GRANDE PARCEIRO ESTRATÉGICO PARA O SEU NEGÓCIO?
+
SPC BRASIL
+
ANÁLISE DE CRÉDITO
Venda mais e com o menor risco de inadimplência.
PROSPECÇÃO DE CLIENTES
Amplie o seu faturamento: localize potenciais clientes.
GESTÃO DE CARTEIRA
Conheça e mensure o risco de crédito das suas carteiras de clientes.
COBRANÇA E RECUPERAÇÃO
Recupere dívidas com maior rapidez e menor custo.
Equipe de atendimento SPC (54) 3209.9977
www.cdlcaxias.com.br

ANS-nº 325571

CENTRO

Promoção

DESCONTO PROLONGADO

Plano de saúde para pequenas e microempresas.

20%

DE DESCONTO NAS 3 PRIMEIRAS MENSALIDADES*

ISENÇÃO DA TAXA DE INSCRIÇÃO

Promoção válida de 15/7 a 15/9/17, somente para novas contratações de planos de saúde para pequenas e microempresas**.

Mais informações
3209.9977

*20% de desconto nos 3 primeiros meses de contratação do plano. **Beneficiários novos em contratos de clientes novos de planos de saúde coletivos empresariais PME. São classificadas pequenas e microempresas aquelas que possuem de 3 a 29 vidas no total de beneficiários, incluindo funcionários e dependentes.

NOSSA EQUIPE COMERCIAL ESTÁ PRONTA PARA LHE ATENDER

NOS CONTATE: (54) 3209.9977

CDL Caxias do Sul

Unimed Nordeste-RS