

associado / Inovação e criatividade no pão de cada dia

Revista bimestral da CDL de Caxias do Sul



Ano 1
Nº 5
Março/Abril
de 2007

O Lojista

em Revista

Gestão
Você realmente
sabe administrar
seu negócio?

ponto de venda

Inspire-se com 10
vitrinas premiadas

estratégias

Conheça os quatro
tipos de vendas

Planejamento 2007

SPCheque Garantido

A CDL garante seus cheques e você garante seus lucros



Deixe a gestão do cheque com a gente

O SPCheque Garantido é um serviço desenvolvido em parceria com a CDL de Porto Alegre que assegura às empresas associadas o ressarcimento de cheques com problemas de compensação, proporcionando muito mais segurança nas suas vendas. Além disso, sua empresa reduz custos operacionais, pois conta com toda a estrutura do SPC, o maior banco de dados de pessoa física da América Latina. A consulta ao SPCheque Garantido pode ser realizada 24 horas por dia, 7 dias por semana, através do telefone ou internet.

Saiba mais sobre esse serviço e garanta rentabilidade para o seu negócio.

Fone: 3209.9964 e 3209.9979 | telemarketing@cdlcaxias.com.br



Rua Sinimbu, 1415 | 4º andar - Centro | Caxias do Sul - RS | www.cdlcaxias.com.br

O Lojista

em Revista

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

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

Ano 1 - Nº 5 - Março/Abril de 2007

Presidência 2005/2006 – Milton Corlatti
Vice-presidência – José Quadros dos Santos (1º vice-presidente); Renato Corso (2º vice-presidente)

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

Presidência Conselho Consultivo – Pedrinho Ferrarini

Diretoria Executiva – Sirlei Bertollo

Gerência Comercial – Joceli Silva da Silva

Relações Públicas – Sílvio Cesar Munareto

Auditoria Independente – Volnei Ferreira de Castilhos

Conselho Editorial – Adriana Silva, Renato Corso, Sirlei Bertollo e Sílvio Cesar Munareto

Departamentos

CDL Controladoria – Valter Agostinho Minúscoli;

CDL Cobrança – Valmor Concato e Gustavo Perini;

CDL Empregos – Parvati Posser e Daniela Rossi Carlin;

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

CDL Meio Ambiente – Ivonei Miguel Pioner e Renato Luiz Fedrizzi;

CDL Patrimônio – Ivandro Luis Pioner;

CDL Segurança Pública – Ivanir Antônio Gasparin e Paulo Ricardo Magnani;

CDL Tecnologia – Renan Tedesco e Luiz Antônio Kuyava;

CDL Turismo – J. Henrique Elustondo e Cristian Horbach;

Assuntos Extraordinários – Paulo Ricardo Magnani e Victor Hugo Gauer;

Assuntos Jurídicos, Fiscais e Tributários – Ivandro Roberto Polidoro e José Quadros dos Santos;

Ação Social – Sérgio Formolo e Renato Luiz Fedrizzi;

Economia e Estatística – Miguel Frederico Fortes e Julian Bianchini;

Marketing – Ivanir Antônio Gasparin e Carmem Dalcin;

Produtos, Serviços e Convênios – Alcides Perini e Luiz Giacomini;

Social e Eventos – Nelson Lisot e Analice Carrer;

SPC – Pedrinho Ferrarini e Milton Corlatti;

Distrito 4 – Victor Hugo Gauer e Rogério De Todelo

Representantes junto aos Conselhos Municipais

CMTM – Conselho Municipal de Trânsito e Transportes – Nelson Lisot

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

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

CONSEA – Conselho Municipal de Segurança Alimentar – Renato Luiz Fedrizzi

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

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

SOAMA – Sociedade dos Amigos dos Animais – Renato Luiz Fedrizzi

Comissão de Segurança – Alcides Perini

Comissão de Impacto Econômico – Miguel Fortes

Conselho Deliberativo da Fundação Caxias – Renato Luiz Fedrizzi

Produção e Execução

Enter Consultoria em Comunicação

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

Edifício Comercial do Silo

Bairro São Pelegrino

Fone: (54) 3028.2868

Fone/Fax: (54) 3028.3894

enter@entercaxias.com.br



Edição: Adriana Silva (MTb 8823)

Reportagem: Adriana Silva e Juliana Almeida

Projeto Gráfico e Diagramação: Marli Superti

Revisão: Simoni Schiavo (MTb 8821)

Capa: Gilmar Gomes

Impressão: Editora São Miguel

Tiragem: 4.000 exemplares

Para anunciar ligue: (54) 3025.2552

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

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



5 entrevista
O poder do atendimento
Raffinata aposta no relacionamento para fidelizar e conquistar novos clientes

8 estratégias
Prepare-se para as vendas
São quatro os tipos de vendas. Seus vendedores sabem explorar cada uma na hora de fechar negócio?

6 Ponto de venda
Seduza seus clientes
A partir desta edição, *O Lojista* publica várias dicas e soluções em arquitetura e decoração



Divulgação

13 eu, associado
O tempero da Rio Branco
Inovação e criatividade fazem parte dos 45 anos de uma das maiores panificadoras da região

15 atendimento
Inicia nova investigação
Cliente Oculto já está com as inscrições abertas. Serão cinco meses de pesquisa nas lojas inscritas

10 matéria de capa
Administre bem seu negócio
Acompanhe a partir desta edição dicas e sugestões de controles que ajudarão sua empresa a crescer



Gilmar Gomes

Fale com a Redação



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

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



Sócios: uma relação delicada

Não há dúvida de que muitas relações são complexas. Exigem esforços comuns dos envolvidos para que se mantenham saudáveis e vocacionadas ao sucesso. Dentre essas, podemos citar as relações entre os sócios das sociedades limitadas.

O que existe de mais comum é que as pessoas pensem de forma diferente sobre os mais diversos assuntos, e isso não é diferente entre os sócios na condução de seu empreendimento, quando os mesmos estão ao timão da empresa, compartilhando a tomada de decisões. Nesses momentos não são raros os desacordos, os desgastes pessoais, a fragilização da relação, muitas vezes com a própria ruptura da sociedade. Nessas ocasiões, impensadas no início dos negócios, o contrato social passa a ter um valor inimaginável.

Diferentemente do que pensam alguns - e são muitos os que pensam assim - mais importante do que a necessidade da existência do contrato social na sociedade limitada



para sua regularidade, o contrato social rege a relação dos sócios. É principalmente no contrato social - que deve observar as orientações legais - que devemos buscar a solução dos eventuais problemas existentes entre os sócios nessa relação tão delicada, por vezes quase bélica. Ele deve tentar prever todas as possibilidades de desconforto entre os sócios e, conseqüentemente, a(s) sua(s) solução(ões) para esses problemas.

Esse contrato não vai, evi-

dentemente, construir todas as hipóteses de desacertos e suas respectivas soluções, mas não pode ser tão simples ao ponto de nada prever, ao ponto de nada dizer, ao ponto de ser útil "somente" à regularidade societária. O contrato deve reger a vida societária, dizendo, exemplificativamente, por quem, quando e como determinada situação deve ser tratada. Aliás, não é raro que os sócios nem mesmo conheçam o teor de seus contratos sociais, o que, diga-se, não significa apenas ler tal instrumento, mas compreender o que nele está escrito.

Grande parte dos problemas societários poderia ser resolvida com um contrato social adequado. Por isso é importante, para não dizer indispensável, que os contratos sociais sejam revisados. Melhor tentar resolver os problemas antes que eles existam. Pense nisso! Faça isso!

Ivandro Roberto Polidoro
Diretor de Assuntos
Jurídicos, Fiscais e Tributários

Realize seus sonhos de viagem com a Agga Tour e Tenha uma Lua de Mel inesquecível!

Rua Alfredo Chaves, 526 - Sl. 2 - esq. Bento Gonçalves - Centro Caxias do Sul - RS - (54) 3025.6688 - aggatour@aggatour.com.br

AGGA
A sua viagem começa aqui! **Tour**



Gilmar Gomes

♦ **Nome completo:**

Nely Prativiera Calcagnotto
Neca Calcagnotto

♦ **Uma crença:** O sucesso é a decorrência do serviço bem prestado♦ **Uma idéia fixa (nos negócios):**
Prazer em servir**OL – Como surgiu a idéia de investir na área de bazar e decoração?**

Neca – Sempre trabalhamos no ramo. A Nely iniciou sua carreira no Prativiera (loja de seu pai João Prativiera) e depois na rede de Supermercados Calcagnotto de seu marido (Antoninho Calcagnotto). O sonho sempre foi de continuar trabalhando juntos e no mesmo ramo que vinham atuando: decoração, presentes finos, utilitários e Lista de Noivas. Encontraram a casa dos sonhos da Nely e ali deram continuidade ao seu projeto, já com maior conhecimento e experiência adquiridos nos anos no Calcagnotto, e um grande relacionamento que mantinham com as pessoas e clientes. Para nomear esta loja buscaram em suas raízes um nome de origem italiana, Raffinata, e realizaram a inauguração no dia 9 de dezembro de 1997, completando 10 anos neste ano.

OL – Este é um segmento que exige uma constante atualização. De que forma a empresa faz esse trabalho?

Nely e Neca – A Raffinata busca sempre atualizar-se e estar à frente. Sempre buscamos estar informadas através das feiras do segmento, revistas de decoração bem conceituadas, informação com arquitetos e decoradores sobre as tendências, mostras de decoração em São Paulo, Porto Alegre e Caxias do Sul. Além disso, nos atualizamos também com viagens para o

Exterior e pesquisando novos produtos e tendências futuras pela Internet. O cliente da Raffinata também contribui passando suas experiências de viagens, solicitando produtos que procuram e não encontram.

OL – Quais são as principais dificuldades enfrentadas por esse segmento e de que forma elas são dribladas?

Nely e Neca – Hoje uma das grandes dificuldades é que trabalhamos com grande volume de produtos importados, o que nos causa alguns problemas, como a alta carga tributária e o tempo de reposição. Além de estarmos constantemente nos atualizando para oferecermos aos nossos clientes sempre novidades (lançamentos). Hoje, procuramos ajustar nosso estoque em relação à demanda, informatizando todo o processo (software de gestão).

OL – A Raffinata é diferente por que...

Nely e Neca – ... tem prazer em servir. Para a Raffinata é primordial fazer com que os nossos clientes se sintam em sua casa, colocando a qualidade no atendimento em primeiro lugar. Em virtude disto, recebemos, na nossa categoria, o prêmio Loja Modelo na edição do *Cliente Oculto 2006* da CDL. Esse atendimento é uma tradição passada através de gerações, de avós para pais e filhos, pois a família sempre se dedicou à arte de bem receber.

A relação entre as empresárias Nely Prativiera Calcagnotto e Neca Calcagnotto começou há 36 anos, mas foi há 10 anos que essa 'sociedade' ganhou mais força. À frente de uma das mais conceituadas lojas de decoração e presentes de Caxias do Sul e da região, mãe e filha fazem da Raffinata mais que uma loja. "Queremos que nossos clientes entrem na nossa casa e sintam como se estivessem em

sua própria casa", destaca Nely, uma legítima taurina (construtiva, determinada e firme) que aos 68 anos acompanha tudo de perto.

E foi ao lado de Neca que essa experiente empresária conseguiu realizar um dos seus sonhos: transformar uma boutique que começou dentro de um supermercado em uma ampla loja, proporcionando aos clientes maior comodidade e conforto, e uma grande variedade de produtos.

O atendimento, sempre, em primeiro lugar

OL – Se vocês fossem começar um negócio hoje, com a experiência que têm, o que fariam novamente e o que deixariam de fazer?

Nely e Neca – Com a experiência e o conhecimento que adquirimos até hoje a única coisa é que começaríamos ainda mais cedo, mas com certeza faríamos tudo igual.

OL – Se fala muito em qualidade, atendimento, personalização. Mas o que o consumidor procura hoje?

Nely e Neca – Qualidade, atendimento, preço (nesta ordem).

OL – O que é necessário para fidelizar o cliente e conquistar novos?

Nely e Neca – Precisamos antes de conquistar novos, fidelizar. Por experiência própria, sabemos que o que faz o cliente voltar à nossa loja é o atendimento, e a nossa prestação de serviços em informá-lo e atualizá-lo sobre as novidades do ramo.

OL – De que forma vocês vêem a Raffinata nos próximos cinco anos?

Nely e Neca – Para os próximos cinco anos vemos a Raffinata crescendo, acompanhando o mercado de Caxias do Sul, e as tendências de nosso ramo, como um todo em relação ao país e ao mundo. Pretendemos permanecer no ramo bem como ampliar nossa participação.



Emocionar interagir cativar envolver



A vitrina é responsável por 75% das vendas



www.cdlcaxias.com.br

6

O Lojista

Quando o objetivo é conquistar clientes, grandes ou pequenos lojistas buscam a mesma receita de sucesso: como fazer da minha loja um atrativo. E aqui, quando nos referimos à loja, estamos incluindo tudo o que faz parte do ponto de venda – a vitrina, os provadores, o crediário, o espaço de circulação dos clientes, as prateleiras ou gôndolas, os caixas, etc...

Como este é um tema que precisa de constante atualização, a CDL fechou uma parceria com a UCS e lançou no mês de março o primeiro curso do Sul do país de *Visual Merchandising – Vitrinas e Espaços Comerciais*. Voltado à qua-

lificação do comércio varejista, esse curso tem por objetivo capacitar e recapacitar os profissionais do setor através da aquisição e atualização de conhecimentos e do desenvolvimento de novas competências e habilidades.

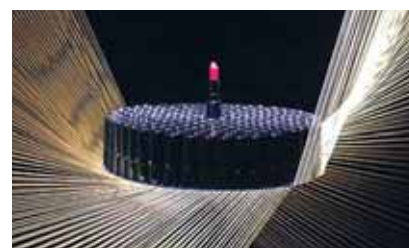
E como o principal objetivo da CDL é auxiliar na qualificação do comércio, o espaço Ponto de Venda do *O Lojista em Revista* abordará, até o final do ano, os vários aspectos que envolvem a decoração e a arquitetura de um ponto de venda. As dicas e soluções são da especialista em Marketing e Vitrinista, Suzana Borghetti Furlan, coordenadora do curso *Visual Merchandising*.

Fotos Divulgação



No meio de um bombardeio de informações, o consumidor diante de uma vitrina tem a seguinte reação:

- Os olhos vêem e transmitem à memória a imagem visível;
- O cérebro faz uma seleção precisa, das imagens claras e bem apresentadas e memoriza.



Inglês &
Espanhol para
Crianças, Jovens e Adultos

Minsky

Inglês como todo mundo gosta®

Nunca é cedo ou
tarde demais para
APRENDER!

Rua Dom José Barea, 2126 / Térreo - Bairro Exposição
Caxias do Sul - RS - 95084 - 100 - Próximo à Prefeitura

Fone: 3228.2600



A vitrina vende

As vitrinas são imagens que se espalham pelas cidades provocando sensações, atraindo pessoas e iluminando ruas e avenidas. É difícil imaginar uma bela cidade sem vitrinas, já que sem elas, essas mesmas ruas e avenidas perderiam muito de seu brilho, de sua luz e de seu glamour.

A alma da vitrina é a iluminação. São duas iluminações a serem usadas, uma para dar a claridade e outra para focar os produtos. Muitos lojistas deixam suas vitrinas entregues aos cuidados da natureza: à noite – sob a luz da lua –, e ao dia – sob a luz do sol.

Uma vitrina bem planejada passa a imagem de empresa organizada. Manter a fidelidade do cliente rima com surpresa e superação de expectativas. Pensar antes no cliente é recompensa em tempo real. Numa sociedade baseada no consumo, as estratégias de marketing tornam-se cada

vez mais sofisticadas e agressivas. Já foi comprovado que a vitrina é uma importante ferramenta, responsável por 75% das vendas, um meio de divulgação barato, com a vantagem de ser no próprio ponto de venda.

Quando o consumidor diz: vou à compras, é mais que ir em busca de um determinado produto, é uma atitude que o deixa em conexão com a modernidade, tendências e novas tecnologias. A efemeridade da vitrina é inquestionável. As pessoas estão ávidas por novidades, a concorrência visual que se estabelece principalmente em Shopping Center é extrema, o lojista deve surpreender o cliente com uma proposta nova, esta é a palavra chave do sucesso da vitrina sendo que o vitrinista deve ter o domínio sobre percepção visual.

Em cinco (5) segundos o consumidor decide-se a entrar ou não na loja.

sbfurlan@ucs.br

O Lojista



Tudo para montagem de lojas

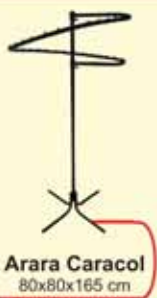
Sua loja com outro visual!



Arara tipo Árvore
100x100x120 a 160 cm



Arara Reta Regulável
R\$ 60,00



Arara Caracol
80x80x165 cm



Painel Canelado



Banqueta B-205
38x38x72 cm

Provador
90x90 cm
R\$ 23,00



Balcão Caixa
47x46x100 cm
R\$ 237,00



Cesto Container
48x50x112 cm
R\$ 65,00



Balcão de Vidro
Altura e largura variadas
R\$ 170,00



Prateleira de Aço



Espelho para Provador
140x45 cm



Busto Feminino
R\$ 25,00



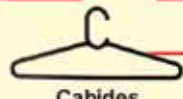
Manequins
Modelos Variados



Veludos
Completa Linha de expositores
Aveludados e de Acrílico



Separadores
R\$ 0,90



Cabides
a partir de R\$ 0,20



Braço de Parede Fixo
45 cm
R\$ 11,00



EXPOSIMÓVEIS

Rua 20 de Setembro, 2149 - Centro
Próximo ao BIG - eq. Visconde de Pelotas
Caxias do Sul

(54) 3223 0077 - 8128 21 23

www.exposimoveis.com.br



De Reposição ou de Ponta de Estoque

- Produtos comuns, facilmente encontrados em qualquer parte.
- Coisas que as pessoas já conhecem e sabem usar perfeitamente.
- Artigos de necessidade imediata.



Exemplos

- Artigos de papelaria para uso próprio
- Alimentícios em geral
- Confecções de uso diário
- Remédios e produtos de higiene pessoal
- Alguns materiais de construção
- Materiais elétricos
- Autopeças

Tipos de vendas

Infelizmente ainda é muito comum no dia-a-dia das empresas o vendedor perder a tão esperada venda por total falta de preparo. Hoje ainda é comum presenciarmos no varejo as seguintes cenas: o cliente diz ao vendedor que viu o produto mais barato em outra loja e ele não sabe se o produto é o mesmo. Ou o vendedor fica em dúvida sobre o preço de um produto e, impaciente, o cliente desiste da compra. Ou, ainda, o cliente pergunta sobre uma característica específica do produto e o vendedor não sabe ou inventa.

Esses exemplos, dados pelo Grupo Friedman Consultoria e Treinamento em Varejo, refletem a total falta de preparação de muitos vendedores e, preparar-se adequadamente, é absolutamente essencial para uma venda bem-sucedida. Pode-se dizer que no varejo, por colocar cara a cara e em tempo real comprador e vendedor, é onde a venda se dá da forma mais "primitiva", em seu estado "mais puro".

Por isso, o que vale para o varejo, pode, de um modo geral, ser aproveitado para todos os tipos de venda:

De Relacionamento

- Produtos padronizados, geralmente de uso regular, com vários concorrentes que vendem em condições semelhantes e que disputam os mesmos clientes.
- Casos em que, em geral, o cliente tem razoável conhecimento técnico do produto ou, às vezes, até maior do que o do vendedor.
- Venda freqüente em que o cliente deseja pontualidade de entregas ou presença regular.



Exemplos

- Insumos industriais de média ou baixa tecnologia
- Materiais para escritórios e artigos de informática vendidos a empresas
- Materiais de construção especialmente na venda à pessoa jurídica
- Tecidos para confecções
- Matérias-primas diversas

Consultiva

- Produtos que exigem orientação ao cliente ou aprendizagem deste.
- Casos em que o ideal é acompanhar a familiarização do cliente com o produto para ter certeza de que ele compreende como usar para evitar problemas ou reclamações originadas pelo manuseio inadequado.
- Produtos para os quais o cliente espera ter orientação ou grandes chances de que ele venha a solicitá-la.



Exemplos

- Produtos eletrônicos de médio e alto grau de dificuldade ou de uso profissional
- Sistema de automação
- Insumos industriais de alta tecnologia
- Cozinhas planejadas ou projetos de decoração
- Programas de informática para usos específicos
- Materiais para bricolagem (trabalhos manuais)
- Artigos para trabalhos artesanais, etc

Por impulso ou alto impacto

- Novidades, coisas e conceitos incomuns ou inovadores de alguma forma com os quais os clientes, normalmente, não estão familiarizados.
- Produtos de venda por impulso, desses que a gente não resiste e compra quando vê.
- Produtos eventualmente necessários, porém não essenciais.



Exemplos

- Produtos eletrônicos para lazer ou entretenimento
- Brinquedos
- Perfumaria
- Acessórios de vestuário
- Objetos de decoração
- Produtos de venda única ou de único contato
- Assinaturas de revistas e jornais, planos de saúde, etc

Fonte: Sebrae - www.sebrae-rs.com.br

Auto-estima e qualidade de vida

Doenças como estresse e depressão em muitos momentos estão relacionadas à baixa auto-estima. Para o momento relax desta edição, as psicólogas Elizandra Dors e Angélica Granzoto chamam a atenção para a obra de Marilda Lipp – *Stress e a Beleza da Mulher*. Em seu trabalho, Marilda diz que o estresse pode ser definido como um estado de tensão mental e físico que produz um desequilíbrio no funcionamento global do ser humano que enfraquece seu sistema imunológico, deixando-o sujeito a infecções e doenças.

Ela assegura que investir na beleza, cuidar do visual, preocupar-se com a aparência é imprescindível

para melhorar a auto-estima, pois, o belo nos atrai e é o primeiro ponto de interesse para os outros. Mas a beleza vai além da beleza física, saber ouvir o outro, ser compreensivo e otimista isso dá uma beleza interior que fascina. Saber se doar, ter compaixão pelos outros isso lhe torna superior. Manter e valorizar amizades, lembrar de ligar nas datas especiais aos amigos, estar presente quando eles precisam é típico de pessoas dotadas de beleza social.

Livrar-se de sentimentos como ódio, raiva, inveja, egoísmo é fundamental para buscar qualidade de vida. Descartar maus hábitos, pessimismo, mau-humor, rigidez, perfeccionismo, ansiedade excessiva, valo-

res antigos e estereotipados que não se adaptam à realidade atual é imprescindível para uma vida saudável.

Aprender dizer não quando o outro tenta ultrapassar seus limites, se permitir a errar e ser fã de si mesmo é essencial para sentir-se melhor e, conseqüentemente, elevar sua auto-estima. Buscar equilíbrio entre saúde física, mental, espiritual, familiar, social e profissional é fundamental. Investir apenas, ou de forma excessiva, em uma dessas áreas é se expor à doença onde conseqüentemente a qualidade de vida sofre danos.

Ame a si mesmo, pois esse pode ser o início de um romance eterno com você, e a partir daí, amar o outro se torna mais fácil.

O Lojista



FotoItália Para sempre.





Algumas recomendações e sugestões de relatórios e controles para organizar as finanças da empresa:

- 1) Ter uma política de concessão de crédito nas vendas a prazo, bem definida;
- 2) Agilidade para acompanhar e cobrar os recursos das vendas a prazo que estão em atraso;
- 3) Possuir um relatório de controle de contas a receber;
- 4) Ter um relatório de inadimplência, contendo os dias de atraso por faixas de valores;
- 5) Desenvolver um relatório de duplicatas a pagar;
- 6) Controlar o tempo que demora para vender todos os estoques;
- 7) Ter um planejamento de compras em sintonia com as metas de vendas;
- 8) Fazer levantamentos periódicos no inventário, com objetivo de prevenir fraudes, desvios, roubos e não manter estoques desnecessários;
- 9) Ter relatórios que determinem o valor justo do preço de venda;
- 10) Apurar corretamente os custos da empresa;
- 11) Separar os custos da empresa em variáveis e fixos e observar suas evoluções mensais;
- 12) Acompanhar a evolução dos custos fixos em relação à evolução do faturamento da empresa;
- 13) Usar recursos de longo prazo para investimentos em construção e imobilizados com o objetivo de não sacrificar o capital de giro da empresa.
- 14) Ter relatórios que mostrem a margem de contribuição dos produtos;
- 15) Ter uma boa contabilidade gerencial para tomada de decisão;
- 16) Avaliar o impacto da CPMF nas operações da empresa;
- 17) Não fazer nenhum investimento sem verificar o comportamento e a disponibilidade financeira da principal ferramenta da Gestão Financeira das Empresas: o Fluxo de Caixa, tema que vamos tratar na próxima edição.
- 13) Acompanhar a evolução das despesas operacionais da empresa;



Dica de Livro:

Guia Prático de Administração Financeira
 Robert Assef
 Editora Campus

Leia nas próximas edições:

- Fluxo de Caixa
- A importância da Contabilidade na Gestão da Empresa
- Custos
- Gestão Estratégica do Capital de Giro
- Sistema de Informações para Avaliar o Negócio
- Orçamento
- Planejamento Estratégico



Volnei Ferreira de Castilhos

volneifc@terra.com.br

Você realmente sabe **administrar** seu negócio?

Gilmar Gomes

Para que a empresa obtenha o tão desejado sucesso, além de ter um bom produto, possuir diferenciais competitivos, investir em pessoas, ter um foco definido no mercado em que irá atuar, é necessário que ela possua bons controles. Infelizmente, grande parte dos empresários - sejam os que já estão no mercado ou os que estão abrindo um negócio - acredita que basta uma boa idéia e capital para investir. Que por ser um pequeno empreendimento não há a necessidade de um planejamento estratégico ou de uma boa contabilidade para tomar decisões.

E este é o maior equívoco (prova disso é que uma recente pesquisa do Sebrae revela que metade das micro e pequenas empresas fecham antes mesmo de completar dois anos). Independentemente do tamanho da empresa, o planejamento é essencial para a manutenção e crescimento do negócio.

Para ajudar o comerciante a melhor administrar seu empreendimento e, conseqüentemente, alcançar o sucesso, O Lojista em Revista publica a partir desta edição várias dicas de como trabalhar a gestão do negócio. Serão oito matérias nas quais o consultor de empresas Volnei Ferreira de Castilhos irá abordar, de forma simples e direta, o que o empresário deve fazer para melhorar o desempenho do seu negócio.

Nesta primeira edição o assunto é Gestão Financeira da Pequena e Média Empresa.

Pro Signs

Adesivos	Banners	Faixas	Fachadas Luminosas
Front Lights	Decoração de Veículos	Vitrines	
Tótems	Impressão Digital em Grandes Formatos		

Rua Waldemar Lazarotto, 281 - Bairro Jardim Esmeralda - CEP 95052 - 590 - Fone: 3238.1575
 prosigns@prosignsrs.com.br www.prosignsrs.com.br



A importância de um agente de viagens

Gilmar Gomes



O agente de viagens é um distribuidor de produtos e serviços turísticos que pesquisa e oferece aos seus clientes as melhores opções em viagens. Esse é um serviço eminentemente essencial, pois é através dele que o cliente fica seguro em estar comprando um produto adequado e que atenderá as suas necessidades. Essa segurança só é possível porque esses profissionais estão aptos a orientar sobre as melhores opções para chegar aos destinos e quais são os melhores serviços.

Essas empresas são, na sua grande maioria, micro e pequenas, localizadas em todos os cantos do país e que têm como principal objetivo a busca constan-

te da credibilidade junto ao passageiro. O passageiro não precisa pagar mais ou se sentir lesado por não conseguir acesso às promoções relâmpagos, pois há várias alternativas no mercado preservando seus direitos a um transporte de qualidade e a preços acessíveis.

Existem algumas companhias aéreas que estão com políticas comerciais que acabam prejudicando os consumidores e a rede de distribuição formada pelos agentes de viagens e turismo. Mas tenho certeza de que os passageiros estão cientes da importância de um agente de viagens na sua viagem de lazer ou negócios.

Ainára Comerlato Costa

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

www.cdlcaxias.com.br

12 O Lojista



Corp



STUDIODESIGN

Descubra como combinar trabalho e prazer.

Com as divisórias Habitat e as cadeiras operacionais Corp, a Marelli leva para o seu escritório ambientes muito mais versáteis, que asseguram produtividade e conforto. Assim fica fácil combinar trabalho e prazer.

Marelli

www.marelli.com.br



Habitat

Marelli Caxias do Sul
Rua Pinheiro Machado, 690
Lourdes - Caxias do Sul - RS
Fone (54) 3228.2911
pontual@pontualmoveis.com.br



Pão com sabor de inovação

De associado para associado

"Para mim, o sucesso profissional é o resultado do amor pelo que se faz combinado com a perseverança no negócio."

Pedro Giro Mantovani

Em outubro de 1962, o nome de um dos bairros mais tradicionais de Caxias do Sul tornou-se também o nome de uma das mais conceituadas panificadoras caxiense. A Panificadora e Doceria Rio Branco foi planejada e montada pelas mãos de Thomaz Assunto Mantovani, junto com outros três sócios, com o objetivo de levar o pão quente matinal para a mesa da comunidade. Até hoje, 45 anos depois, a matriz está localizada no mesmo ponto da Avenida Rio Branco.

Da mesma maneira que o estabelecimento ia crescendo e conquistando novos clientes, um pequeno funcionário começava a enxergar por cima do balcão. Pedro, único filho homem de Thomaz, sempre acompanhou o pai no trabalho. Empilhava caixas, observava a rotina da panificadora e foi padeiro. Até os vizinhos apostavam em seu futuro, que começou a ser trilhado quando tinha 16 anos. Com essa idade, emancipou-se e começou a trabalhar junto à administração da empresa fami-

liar. "Em 1970, meu pai adquiriu as cotas dos outros sócios e eu aceitei o desafio. Ele confiava em mim. Isso foi gratificante", relembra Pedro Mantovani, hoje com 52 anos, formado em Ciências Contábeis e que está à frente da panificadora.

Desde que virou diretor, o trabalho de Pedro sempre foi movido à inovação. Já no início, percebeu que outros mercados poderiam ser explorados. Com isso, cidades da região como Bento Gonçalves, Garibaldi e Carlos Barbosa recebiam os produtos da Rio Branco. Em 1984, foi a vez de redes de supermercados de Porto Alegre serem abastecidas com os produtos da panificadora. Mais uma vez, Pedro achou que era hora de inovar. Como a confiança dos clientes já havia sido conquistada, decidiu automatizar o sistema de produção em 1990, adquirindo alguns equipamentos para a produção. "Não adiantava ter muita gente com pouca produtividade", justifica o empresário, que em 1996, deu outro passo importante na história da padaria.

Há 10 anos, o serviço de confeitaria era terceirizado. "Como primamos pela satisfação do nosso cliente, decidimos ter nosso próprio serviço de doceria", conta, que em 1996 decidiu montar uma equipe de confeitaria, que agora já é marca

registrada da empresa. Dois anos depois, a primeira ousadia: foi inaugurada a primeira filial da Rio Branco, na Rua Bento Gonçalves, no Centro, que hoje atende uma clientela de 500 pessoas por dia.

Com promoções especiais, como o Festival do Pão Doce, por exemplo, a Rio Branco foi pioneira na fabricação de tortas com a imagem estampada, em 2001. "As tortas personalizadas superaram as expectativas, tanto nossas, quanto dos clientes", relembra.

Para dar mais conforto aos clientes, a matriz passou por uma reforma em 2002, que modernizou e ampliou em 50% o espaço da venda de pães, bolos, tortas, doces e salgados. Em 2003, outra marca de ousadia: a Rua Luiz Michelon, no bairro Cruzeiro, viraria o endereço da segunda filial. "Nesses 45 anos consolidamos um conceito de marca com muito trabalho e dedicação sempre focados no cliente e na motivação dos nossos colaboradores", destaca Pedro, que viaja constantemente para feiras internacionais de panificação e confeitaria. A mais recente participação foi outubro de 2006, em uma feira na Alemanha. Outra ferramenta de qualificação profissional utilizada pela panificadora vem da parceria com a CDL. "Os treinamentos que a entidade nos oferece e também os convênios são muito utilizados."

Hoje, a Panificadora Rio Branco emprega 100 funcionários que atendem, diariamente nas três unidades, a mais de 2 mil fiéis clientes.

Hoje são 100 funcionários que atendem, diariamente, nas três unidades a mais de 2 mil clientes

Gilmar Gomes





Fantasma

Em "Fantasma", cada vendedor é colocado junto com outro para formar uma dupla, e os resultados são combinados para uma pontuação de equipe. A parte engraçada deste jogo é que cada vendedor não sabe quem é a sua dupla, então cada um faz o seu melhor se realmente quiser ganhar o prêmio. Você poderá ver seus vendedores alcançando resultados extraordinários por conta própria, só para poder estar na equipe vencedora.

Tipo de Jogo

Competição de equipe (duplas).

Duração sugerida

Uma semana ou um fim de semana.

Materiais e Recursos Necessários

- Envelopes numerados e pedaços de papel para formar as duplas.
- Quadro de jogos "Fantasma".
- Prêmios.

Como jogar

Antes que a competição comece, cada vendedor passa a formar uma dupla secreta junto com outro (um "fantasma"). Os vendedores mantêm-se informados dos resultados de suas vendas e, no final do jogo, as equipes secretas são reveladas. A equipe vencedora é aquela que tiver o melhor resultado de vendas combinado.

Regras básicas

- Escolha as duplas secretas. Escreva o mesmo número em dois pedaços de papel para cada uma. Então, numere um

envelope para cada dupla com o número correspondente. Dobre os pedaços de papel de modo que escondam os números e coloque-os em uma caixa. Faça com que cada vendedor tire um número sem vê-lo e o entregue a você. Veja qual é o número em cada papel, escreva o nome do vendedor no papel e coloque-o no envelope correspondente. Assim, estarão formados os pares secretos.

- Crie um marcador "Fantasma" para acompanhar os resultados diários de vendas de cada vendedor. Você pode escolher: acompanhar itens por venda, vendas totais, vendas de uma categoria de produto em particular, etc. Determine uma estatística que irá medir a área que você pensa que seus vendedores precisam trabalhar ou a área que precisa ser melhorada na sua loja.

- No final da competição, abra os envelopes e revele quais são as duplas "fantasmas".

- A dupla que tiver os melhores resultados no final de uma semana ou no fim de semana, ganha.



Promovendo o jogo

- Enfatize um tema fantasmagórico. Anuncie o evento fantasiado como um fantasma, toque músicas de terror no início do jogo e antes da loja abrir e depois de fechar, etc. Faça o evento perto do *Halloween* quando você pode decorar a loja usando vários itens decorativos neste tema.

- Decore o quadro de jogos com fantasmas e pontos de interrogação para aumentar o mistério.

Variações

Inclua membros da equipe de apoio. Os vendedores verão que eles precisam se esforçar mais ainda para vencer, e os membros da equipe de apoio irão oferecer ajuda e estímulo para todos os funcionários já que podem fazer parte da equipe vencedora.

Extraído do Manual de Jogos & Competições para o Varejo, do Grupo Friedman.

Tudo que você precisa para
pegar a estrada com
estilo e segurança

Indy fashion

Rua Olavo Bilac, 24 - Caxias do Sul - RS - Fone: (54) 3223.7066 - vendas@motoindy.com.br

www.indyfashion.com.br www.motoindy.com.br



Seus clientes são bem atendidos?

Uma das maiores reclamações dos clientes é com relação ao atendimento. Com certeza você já ouviu alguém comentar que não voltará a uma determinada loja porque não foi bem atendido; ou porque o vendedor não conhecia o produto; ou, ainda, porque demorou horas no crediário. Num comércio cada vez mais competitivo, saber se o atendimento está correspondendo às expectativas dos clientes é fundamental.

E é para buscar essas e outras respostas que a CDL e a CDL Jovem colocam, há cinco anos, nas ruas de Caxias um personagem estratégico: o Cliente Oculto. Para seguir a pista do bom atendimento e apresentar os pontos positivos e negativos do estabelecimento, os avaliadores - contratados pela CDL e treinados pela FSG - se passam por clientes, simulando a compra de um produto nas lojas cadastradas.

Ao final do trabalho, o lojista recebe um relatório completo das análises e percepções observadas nas visitas - um diagnóstico capaz de auxiliar a empresa no processo de melhorias. Em reconhecimento, a loja que se destacar no seu segmento, ganha o Prêmio Loja Modelo.

Mantendo o mesmo número de visitas (cinco no total) e o tempo de avaliação (cinco meses), o Cliente Oculto 2007 está com as inscrições abertas até o dia 15 de maio - o investimento é de R\$ 150,00 (podendo ser parcelado em cinco vezes). De junho a outubro, o Cliente Oculto fará as visitas com o objetivo de diagnosticar, sensibilizar e conscientizar o lojista quanto à cultura no atendimento, avaliando a qualidade dos serviços prestados, inclusive o atendimento telefônico prestado aos clientes.



Veja abaixo o que o Cliente Oculto observou nesses quatro anos de pesquisa:

1) 76% dos vendedores não oferecem venda adicional, se limitam à demanda do cliente, sendo que a venda adicional esta diretamente ligada à maior lucratividade da operação.

2) 74% dos vendedores não demonstram interesse em oferecer alternativas em termos de maior qualidade de produto, ou seja, não demonstram os diferenciais de qualidade do produto.

3) Alguns lojistas fizeram modificações nas fachadas das lojas porque a pesquisa identificou que na percepção dos clientes o layout não era atrativo. Atendendo às expectativas, houve um aumento de fluxo.

4) Depois de perceber que alguns espaços eram entraves ao conforto do cliente, o que fazia com que eles não permanecessem na loja ou ficassem o mínimo tempo possível, alguns lojistas buscaram soluções criativas para melhorar esse aspecto.

5) Há necessidade de as empresas terem uma "alma", ou seja, um atendimento mais personalizado.

6) Em Caxias, a identificação bem clara de quem é o profissional de vendas é importante para dar segurança ao consumidor.

7) Com a pesquisa, os lojistas percebem melhor qual o grau de comprometimento de seus vendedores, levando a mudanças no quadro de pessoal.

CDL e UCS lançam curso de Visual Merchandising

Ainda há vagas para a primeira turma do curso de extensão *Visual Merchandising - Vitrinas e Espaços Comerciais*, uma parceria entre CDL e UCS. Voltado à qualificação do comércio varejista, o curso - inédito no Sul do país - tem por objetivo capacitar e recaptar os profissionais do setor através da aquisição e atualização de conhecimentos e do desenvolvimento de novas competências e habilidades.

Organizado em três módulos de disciplinas, o curso contempla as áreas de design, marketing, gestão de pessoas, produção, logística, varejo e vitrinas, qualidade e meio-ambiente.

Como incentivo, a CDL está dando 30% de desconto e irá premiar o melhor aluno com uma viagem de uma semana a Paris, onde ele poderá aperfeiçoar ainda mais seus conhecimentos.

Programe-se

► O curso, que terá **416 horas/aula**, começa dia **7 de maio de 2007** com duração de dois semestres

► As aulas serão às segundas, terças e quarta-feiras, das **19h30min às 22h30min**, no Campus 8 - Cidade das Artes.

► Informações na CDL Ensino pelo telefone **(54) 3209.9970** ou no site www.ucs.br



Crescimento de 12,46% no *Liquida Caxias*

As vendas no comércio aumentaram, em média, 12,46% durante o *Liquida Caxias*, realizado de 6 a 25 de fevereiro e teve a participação de mais de 2 mil pontos de vendas. O incremento nas consultas do SPC foi ainda maior, chegando a 16,5% se comparado a 2006. Com esse percentual, o *Liquida* injetou na economia 7,7% a mais em fevereiro, o que corresponde a cerca de R\$ 6,5 milhões (fevereiro movimentou cerca de R\$ 85 milhões).

Para chegar a esses percentuais, a CDL realizou uma pesquisa por amostragem, onde ouviu 75 lojistas que participaram da liquidação. "Esta é apenas uma primeira pesquisa. A partir de agora, já iniciamos o planejamento do *Liquida Caxias* 2008 e para termos uma avaliação completa, vamos realizar um novo levantamento, que será dividido em segmentos. É a partir desse material que a entidade irá discutir as ações e formatar a próxima edição", destaca o presidente da CDL, Milton Corlatti.

Os resultados

Qual foi o desempenho das vendas de sua empresa nesta edição em relação a 2006?

- 75% responderam que tiveram crescimento
- 20% tiveram resultado igual ao do ano passado
- 5% tiveram resultado inferior ao ano passado

CDL indica candidato ao Conselho Tutelar

Divulgação

Fábio Vieira Kucera é o candidato indicado pela CDL para um dos cargos de conselheiro tutelar de Caxias do Sul. Acadêmico de Direito, Fábio já atua como conselheiro há dois anos e meio e é vice-presidente da Associação dos Conselheiros Tutelares do RS. Trabalhou por nove anos na Patna. Como conselheiro, é um articulador da rede de proteção à criança e ao adolescente no município. "Toda a criança e adolescente têm direitos e deveres. Como



conselheiro tenho me dedicado a conscientizar a sociedade da importância de respeitar o ECA. Nosso futuro depende de nossas ações hoje", afirma Fábio.

A eleição acontece no próximo dia 27 de maio das 8h às 17h, nos colégios La Salle Carmo, Madre Imilda e Presidente Vargas. Para votar basta estar em dia com a Justiça Eleitoral. Nos últimos dois anos, a CDL havia indicado a conselheira Rosane Formolo, que não irá concorrer nesta eleição.

Homens na Cozinha será dia 14 de abril

Um dos maiores eventos beneficentes da Serra Gaúcha chega a sua sexta edição de casa nova. Realizado pela CDL desde 2002, o *Uomo na Cucina* - Homens na Cozinha acontece, a partir das 20h, do dia 14 de abril nos Pavilhões da Festa da Uva e irá reunir mais de 78 'chefs' em 26 diferentes cozinhas. A expectativa para esta edição é de envolver mais de mil pessoas.

Parte do valor arrecadado nesta edição será investida na construção de um espaço para a montagem de uma cozinha comunitária (onde

será feito o reaproveitamento das sobras dos restaurantes industriais da cidade). A partir dessa construção, serão servidas diariamente 1,5 mil refeições para crianças de várias creches e abrigos.

O ingresso custa R\$ 100,00 e já está à venda com os cozinheiros ou na própria CDL - Rua Sinimbu, 1415, Centro. Informações pelo telefone (54) 3209.9966 com Karina.



Importante/Unimed - Desde 2000, as operadoras de planos de saúde são obrigadas a enviar os dados dos usuários para a Agência Nacional de Saúde (ANS). Diante disto, a CDL solicita que sua empresa envie, até o dia 30 de abril, impreterivelmente, o recadastramento com os dados de todos os usuários titulares e dependentes e cópia da documentação da empresa. Mais informações pelo telefone (54) 3209.9977.

Mais perto da comunidade

A CDL retomou neste mês de março o projeto *Encontro Empresarial* realizado desde 2005. A última reunião itinerante (13ª encontro) foi realizada no bairro Petrópolis e envolveu comerciantes do Sagrada Família, Presidente Vargas e Diamantino. Esses encontros, que já tiveram a participação de mais de 1,4 mil pessoas, têm se transformado numa das melhores ferramentas de relacionamento da CDL com seus associados e os comerciantes. Promovidas nos bairros, as reuniões têm como objetivo tirar a CDL do centro e têm recebido elogios por parte dos participantes, que estão percebendo a importância e as vantagens de se aproximar da entidade, que oferece diversos produtos, serviços e convênios que beneficiam o lojista.



Segunda via da cobrança

A partir de agora, a CDL poderá gerar a segunda via do boleto de cobrança - emitido pela Sicredi Caxias. Desta forma, o associado que, por algum motivo, não receber o boleto deverá entrar em contato com o Departamento Financeiro da entidade. Para ter acesso a este novo título, basta ligar para a CDL e solicitar os dados necessários para gerar a nova via pela Internet. Ao associado que não tiver Internet a CDL enviará por fax. O vencimento das faturas sempre acontecem até o dia 13 de cada mês.

Outono Inverno
Provocante

drops[®]
DE
M E N T A

Entregue-se
a essa tentação

6x

(1+5x) sem acréscimo
ou até 10x com 1% a.m.

Caxias: Centro, Iguatemi e São Pelegrino, Bento Gonçalves, Farroupilha, Fortaleza, Novo Hamburgo, Garibaldi
www.dropsdementa.com.br

No ritmo do Rock'n'roll – dia 24 de abril

Melhorar o desempenho nas relações pessoais e profissionais, fazendo uma analogia entre o sucesso de Elvis Presley e o sucesso do empreendedor. Esse é o objetivo da palestra de Helder Moreira, único na América Latina e, talvez no mundo, a apresentar um conteúdo utilizando a energia e a vibração do Rei do Rock'n'roll. Realizada pelo Departamento de Ensino da CDL Jovem, a palestra acontece às 20h do dia 24 de abril no UCS Teatro – R\$ 20,00 associado e R\$ 30,00 não-associado. O público terá uma nova percepção de si mesmo e do modo como conduzir a vida pessoal e profissional.

O Poder da Superação – dia 31 de maio

Oportunizar uma reflexão sobre conceitos, valores e atitudes na busca de vencer os desafios constantes no âmbito pessoal e profissional, assumindo riscos, buscando alternativas e agindo na busca de diferenciais competitivos. Esse é o objetivo da palestra que a CDL Ensino promove no dia 31 de maio com Sérgio Kelh, que apresentará uma reflexão sobre as dificuldades e desafios da vida e a importância de saber lidar com essas situações. A palestra *Poder da Superação* acontece no Teatro São Carlos, das 20h30min às 21h30min. O investimento é de R\$ 20,00 - para os associados.



Nos tempos conturbados que estamos vivendo, de corre pra cá, corre pra lá, na busca incessante do sucesso, acabamos esquecendo que precisamos de um tempo para vivermos e fazermos algumas reflexões sobre nosso "modus vivendis". Muitas vezes não temos sequer um minuto para nossos filhos, esposas, maridos e até nos auto-impedimos de termos uma convivência maior e mais saudável com os amigos. No pouco tempo que nos sobra, na maioria das vezes, passamos em casa, atirados na frente da TV e passamos a engolir e digerir tudo que nos é apresentado, sem nenhuma reflexão daquilo que é bom ou ruim. Como é difícil arrumamos 10 minutos para uma leitura de um bom livro, pois ler "dá muito mais trabalho". Precisamos entender aquilo que está escrito nos livros, fazermos algumas reflexões; de fato, a leitura exige que pensemos muito mais do que simplesmente assistirmos à TV, mas o benefício também é muito maior. Como dizia o poeta Mário Quintana "O pior analfabeto é aquele que sabe ler e não lê", pois precisamos ler para adquirir mais conhecimento, para nos conhecer melhor e entender o mundo que nos cerca.

CDL Ensino

Você sabia?

Além dos cursos, a CDL Ensino coloca à disposição de seus associados uma biblioteca com um acervo de 1,8 mil livros nas áreas de marketing, recursos humanos, administração, psicologia, literatura entre outras. Também estão disponíveis mais de 250 fitas VHS e 120 DVDs com temas como: atendimento, motivação, liderança, crédito e cobrança, vendas e financeiro. Informações pelo (54) 3209.9965 com Gislaíne.

O profissional competitivo

Que habilidades precisa ter o profissional contemporâneo para alcançar o tão sonhado sucesso? Como entender a mecânica do comportamento humano no ambiente empresarial? Por que, a cada dia que passa, as empresas vêm se empenhando a desenvolver trabalhos de responsabilidade social? Afinal, o que fazer para se tornar um profissional do futuro? A resposta para estas e outras perguntas estão neste livro de Carlos Faccina. Com uma vasta experiência e muita história para contar, o autor é um exemplo de perseverança e determinação, pois conseguiu aos poucos subir os degraus e alcançar seus objetivos profissionais. Na obra, Faccina reúne as falhas encontradas na formação gerencial e de gestão empresarial.



O profissional competitivo: razões, emoções e sentimentos na gestão
Autor Carlos Faccina
Editora Campus/Elsevier
184 págs.

Dica do associado



Gilmar Gomes

Em um mundo onde falamos constantemente na necessidade de uma consciência maior sobre meio ambiente, violência, desigualdade social, vemos como é difícil mudarem de atitude as pessoas que hoje estão à frente das instituições ou dos partidos políticos. Por isso, considero importante que nos preocupemos em educar nossas crianças de forma que no futuro elas tenham, por formação, consciência

plena do que é necessário para vivermos em uma sociedade mais digna. Em *Crianças bem resolvidas*, os autores falam de como devemos educar nossos filhos para que tenham real condição de durante sua formação conhecerem e reconhecerem o que é necessário. Cabe a nós, adultos, prepará-las. Crianças bem resolvidas irão mudar o que nós não conseguimos. O futuro não está somente nas mãos delas. Hoje ele está na mão de cada um de nós.

Ivonei Miguel Pioner
Relojaria e Ótica Pioner

cooperação



Uma simples palavra pode mudar a sua vida

A Cooperativa de Crédito Sicredi Caxias do Sul é uma instituição parceira que orienta e apoia os empreendedores da indústria, comércio, serviços e pessoas físicas em geral. A assistência financeira do Sicredi tem as taxas e tarifas mais acessíveis entre as instituições financeiras. Sicredi é sinônimo de cooperativismo de crédito, palavra-chave para o crescimento.



Caxias do Sul
Borges de Medeiros, 578 Fone: 3220.1200

27 a 29 de março▶ **Sucesso em Vendas**

▶ **Objetivo:** promover uma auto-análise do comportamento humano e psicológico do profissional de vendas no momento do atendimento, bem como conhecer e dominar as etapas que compõem o processo de vendas, visando o alcance do objetivo proposto.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutor:** Silvio C. Munaretto

▶ **Associado:** R\$ 132,00

2 a 4 de abril▶ **Negociação em Cobrança**

▶ **Objetivo:** desenvolver as habilidades de conceder, recuperar e negociar créditos. Reconhecer a importância da boa concessão, da boa recuperação, da boa argumentação e poder com isto aperfeiçoar a atitude e postura negociadora em cobranças.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutora:** Roseli Giordani Bossardi

▶ **Associado:** R\$ 110,00

4 de abril▶ **Excelência no Atendimento**

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

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutoras:** Elizandra Dors e Salete Molin

▶ **Associado:** R\$ 40,00

9 a 13 de abril▶ **Como conceder crédito com segurança / Documentoscopia**

▶ **Objetivo:** proporcionar o realinhamento conceitual sobre a importância e as dimensões que a análise de pedidos de crédito representa na empresa, como forma de obter eficácia operacional, proporcionando boa qualidade no crédito.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutor:** Walmiro Souza

▶ **Associado:** R\$ 150,00

16 de abril▶ **Técnico em Empreendedorismo Comercial - 2ª turma**

▶ **Objetivo:** preparar profissionais das micro e pequenas empresas, para que sejam capazes de conviver em um mundo globalizado e cada vez mais informatizado, vencendo os desafios que a sua organização

enfrenta diariamente.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Carga Horária:** 800 horas

▶ **A:** 24 x R\$ 195,00

▶ **Pré-requisito:** ensino médio completo e idade mínima de 18 anos

Curso aprovado pelo MEC, fornece diploma.

Obs: Este valor é para os primeiros 60 associados

16, 18, 19, 23 e 25 de abril▶ **PNL na Comunicação e no Relacionamento**

▶ **Objetivo:** a programação Neurolinguística possibilita ao ser humano usar mais a sua capacidade mental, aprendida e armazenada durante a vida, de forma objetiva. É um modelo de comunicação que estuda como as pessoas se relacionam e como se comunicam consigo mesmas.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutora:** Maira Caon Pieruccini

▶ **Associado:** R\$ 120,00

23 a 27 de abril▶ **Recrutamento e Seleção: O primeiro passo para o sucesso corporativo**

▶ **Objetivo:** compreender que contratações equivocadas enfraquecem e expõem as organizações no mercado competitivo.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutora:** Márcia Dip

▶ **Associado:** R\$ 180,00

25 de abril▶ **Workshop: Seu cliente pode pagar mais**

▶ **Objetivo:** proporcionar aos participantes a aprendizagem de técnicas que lhes permitam valorizar seus produtos e serviços, sustentando seus preços de forma tranquila e profissional.

▶ **Horário:** 8h30min às 12h e das 13h às 17h30min

▶ **Instrutor:** Sérgio Luis Beckel Flor

▶ **Associado:** R\$ 135,00

* Serão sorteados cinco livros "Seu cliente pode pagar mais" entre os participantes.

2 de maio▶ **Excelência no Atendimento**

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

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutora:** Elizandra Dors e Salete Molin

▶ **Associado:** R\$ 40,00

2 e 3 de maio▶ **Criatividade e Motivação como Fontes de Sucesso**

▶ **Objetivo:** mostrar por meio de técnicas apropriadas que a motivação e a criatividade podem levar ao sucesso pessoal e profissional, tomando como ponto de partida nosso próprio comportamento.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutor:** Carlos Heráclito Mello Neves

▶ **Associado:** R\$ 60,00

7 a 11 de maio▶ **Planejamento Estratégico**

▶ **Objetivo:** abordar o conhecimento existente sobre o Planejamento Estratégico, discutindo as diversas metodologias e autores, propondo um método prático para realização desta prática nas organizações.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutor:** Luciano Debastiani

▶ **Associado:** R\$ 120,00

7 a 11 de maio▶ **Seu lucro está na compra**

▶ **Objetivo:** inovar seus conceitos e aumentar a lucratividade da sua empresa administrando corretamente a área de compras.

▶ **Instrutor:** Vanério Germano Hemkemaier.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Associado:** R\$ 115,00

14 a 18 de maio▶ **Gestão de Pessoas**

▶ **Objetivo:** propiciar ao participante revisar, ampliar e consolidar seu conhecimento e suas experiências e práticas na liderança, bem como apresentar, discutir e exercitar técnicas em Gestão de Pessoas.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutora:** Michelle Gil Flores

▶ **Associado:** R\$ 115,00

14 a 17 de maio▶ **Técnicas de Negociação e Vendas**

▶ **Objetivo:** dotar os participantes de conhecimentos e técnicas para trabalhar com eficácia as variações que compõem o processo de negociação e vendas.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutora:** Geceeli Astolfi Vivan

▶ **Associado:** R\$ 120,00

21 a 24 de maio▶ **Relações humanas no trabalho**

▶ **Objetivo:** desenvolvimento auto e interpessoal dos indivíduos, capacitando-os a descobrir e utilizar seus potenciais da melhor forma nas atividades para a empresa.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **Instrutora:** Cristina Maciel Massens

▶ **Associado:** R\$ 120,00

31 de maio▶ **Palestra – O Poder da Superação**

▶ **Objetivo:** oportunizar uma reflexão sobre conceitos, valores e atitudes na busca de vencer os desafios constantes no âmbito pessoal e profissional, assumindo riscos.

▶ **Local:** Teatro São Carlos

▶ **Horário:** 20h30min às 21h30min

▶ **Instrutor:** Sérgio Kehl

▶ **Horário:** 20h às 21h30min

▶ **Associado:** R\$ 20,00

Recepção: a partir das 19h. **Associados CDL:** os valores podem ser debitados na mensalidade do mês seguinte. **Cancelamento:** somente será aceito o cancelamento de inscrições dois dias úteis antes do início do curso ou palestra.

Informações e inscrições:

Rua Sinimbu, 1415 - 4º Andar. Fones: (54) 3209.9970 com Vânia ou (54) 3209.9966 com Emerita. cdlensino@cdlcaxias.com.br

10 anos na Serra e quem ganha 10% é VOCÊ de Desconto

Modeladores YOGA

Oferecendo a qualidade de vida que você merece!

Caxias do Sul
Marquês do Herval, 1200 - Centro - Fone: (54) 3028.6808

Sinimbu, 2400 - São Pelegrino - Fone: (54) 3025.6245

Bento Gonçalves
Ramiro Barcelos, 393 - Centro - Fone: (54) 3454.7511



Shopping

Decorações Comerciais



Soluções criativas em Design Comercial.

- Versatilidade
- Design Qualidade
- Inovação Tecnologia

É assim que a Shopping Decorações atinge os melhores resultados em instalações comerciais.

Eficiência nos processos de projetos e produção, utilizando materiais e máquinas de ponta que proporcionam a você um acabamento diferenciado e especial.

Tudo que você lojista precisa para modernizar a sua empresa e facilitar o atendimento ao cliente, dando o destaque merecido ao seu produto e claro um toque de requinte e bom gosto que a sua empresa merece.

Atuamos em todos os segmentos comerciais.

Rua Emilio Fonini, 538 - Cep: 95012-617
 Bairro Sanvito - Caxias do Sul - RS
 Fone/Fax: (54) 3225.2133
shopping@shoppingdecoracoes.com.br
www.shoppingdecoracoes.com.br