

# PANORAMA

CONTEÚDO PARA VOCÊ > INFORMAÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO

Revista CDL Caxias do Sul  
2ª edição de 2019  
Ano 11 | Nº 49

**CDL**  
Caxias do Sul

**SPC**  
BRASIL



## O CONSUMIDOR quer te achar NA INTERNET

*O marketing digital tem revolucionado os hábitos de consumo e não há mais tempo a perder. Saiba como simples estratégias podem impulsionar o seu negócio*

### PANORAMA DE MERCADO

*Confira os números do mercado caxiense sob o olhar da CDL Caxias*

### NOVOS TEMPOS, NOVOS HÁBITOS

*Com a economia desfavorável, brasileiro encontra novos formatos de consumo*

## FALA, PRESIDENTE



IVONEI MIGUEL PIONER

foto: Jucimar Milese

Presidente CDL Caxias do Sul

*“Estamos constantemente oferecendo campanhas, cursos e práticas em prol do desenvolvimento da cidade, nos âmbitos econômico, social e comunitário!!”*

Nosso cotidiano, além de constantes desafios, nos reserva percepções muito comuns. Uma delas é reparar nos encontros diários, sejam a negócios ou não, uma certa ansiedade na fala e nas intenções de nossos colegas, amigos ou familiares. Uma ansiedade por dias melhores, por estabilidade, por segurança econômica e, consequentemente, social. Repare nas intenções, nos atos e nas conversas durante o cafezinho: estamos todos desejosos por dias melhores.

E dias melhores virão. A CDL Caxias está convicta de que seu trabalho, com foco na expansão dos negócios caxienses, está no caminho certo, com ações que buscam alavancar as vendas de nossos associados e, principalmente, prepará-los para as tendências de mercado que um futuro muito próximo nos reserva. Estamos constantemente oferecendo campanhas, cursos e práticas em prol do desenvolvimento da cidade, nos âmbitos econômico, social e comunitário.

Nossas ações, aliás, sempre reverberam na comunidade de maneira muito significativa. Exemplo recente é a consolidação do evento Homens na Cozinha, que neste ano chega a sua 18ª edição inspirado no tema Receita de Solidariedade. O tradicional jantar de Caxias do Sul une a região em benefício de uma causa necessária: reduzir as diferenças sociais e ajudar quem mais precisa. É um dos tantos momentos em que a CDL Caxias sente-se honrada por reunir uma equipe de “chefs” empresários, políticos e personalidades da comunidade em prol da causa beneficente. São ações inspiradoras como essa que diminuem nossa ansiedade por dias melhores, pois temos de agir para mudar o cenário atual. A CDL Caxias e seus associados estão fazendo a sua parte, e a revista que agora chega às suas mãos também integra esse projeto de desenvolvimento. Inspire-se nos cases e nas matérias dessa edição e vamos juntos acreditar em tempos de renovação econômica e social.

Desejo-lhe uma ótima leitura!

*Ivonei Pioner*

# PANORAMA

CONTEÚDO PARA VOCÊ > INFORMAÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO

**CDL**  
Caxias do Sul  
compartilhando crescimento

**MARÇO 2019**

**05**

PERFIL

*Márcia Tolotti*

**08**

ENTREVISTA

*Zulmar Neves e Vinicius Lunardi Nader*

**10**

CAPA

**14**

SPC

*Novos tempos, novos hábitos*

**16**

PANORAMA DE MERCADO

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



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

## EXPEDIENTE

Publicação da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Caxias do Sul. Distribuição Gratuita. Rua Sinimbu, 1415  
4º andar | Centro | Caxias do Sul - RS  
Fone (54) 3209.9977 | cdl@cdlcaxias.com.br  
marketing@cdlcaxias.com.br | www.cdlcaxias.com.br

Gestão 2017/2018

**Presidente**

Ivonei Miguel Pioner

**Vice-Presidente Financeiro:** Renato Spuldaro Corso

**Vice-Presidente Administrativo:** Vitor de Carvalho

**Vice-Presidente de SPC/ Benefício:** Micael Canuto

**Vice-Presidente de Comunicação:** Carmen Dalcin

**Vice-Presidente de Relacionamento:** Rui Alberto Cassina

**Vice-Presidente de Tecnologia e Inovação:** Eduardo Colombo

**Presidente do Conselho Superior:** Analice Carrer

**Presidente do Conselho Fiscal:** Milton Corlatti

**Presidente do Conselho Deliberativo:** Ércio Becker

**Gerente Comercial e Marketing:** Joel Ribeiro

**Gerente Administrativo Financeiro:** Carlos Alberto Cervieri

**CDL Jovem**

**Diretora:** Alanna Slomp

**Vice-diretor Administrativo:** Jonathan Piva de Almeida

**Vice-diretora de Eventos:** Daiane De Toni

**Vice-diretora de Responsabilidade Social:** Shaíze Maldonado Roth

**Representantes Junto aos Conselhos Municipais:**

**CESPC - Conselho Estadual de SPC:** Ivonei Miguel Pioner - CIC

**- Conselho Sindical:** Ivonei Miguel Pioner - CMDS - Conselho

**Municipal de Defesa e Segurança:** Jackson Campani / Vitor de

**Carvalho - CMITT - Conselho Municipal de Trânsito e Transporte:**

**Margarete Tomasin Bender (Representante CIC)/Ivonei**

**Miguel Pioner - COMDICA - Conselho Municipal dos Direitos**

**da Criança e do Adolescente:** Sérgio Formolo - Comissão

**Municipal de Análise do Impacto Econômico Sobre os Empreendimentos**

**de Comércio e Serviço:** Ivonei Miguel Pioner / Julian

**Bianchini - COMSEPLAN - Conselho Municipal de Planejamento**

**e Gestão Territorial:** Fernando Gonçalves Reis/ Esequiel

**Andreazza - COMTCNA - Comissão Técnico Administrativa**

**- Secretaria do Meio Ambiente:** Mateus Formolo - COMTUR

**- Conselho Municipal do Turismo:** Aímara Comerlato Costa/

**Rodrigo Ramos Paglioli - CNDL - Confederação Nacional de**

**Dirigentes Lojistas:** Ivonei Miguel Pioner - Festa Nacional da Uva -

**Conselho Deliberativo:** Ivonei Miguel Pioner - Fundação Caxias

**- Conselho Deliberativo:** Rui Cassina - MOBI: Turismo: Milton

**Corlatti / Rubia Frizzo / Infraestrutura: Fernando Gonçalves Reis**

**/ Atração de investimentos: Ivonei Pioner - Parceiros Voluntá-**

**rios:** Vitor de Carvalho - SPC Brasil - Conselho Deliberativo do Serviço Nacional de Proteção ao Crédito: CDL CAXIAS: Ivonei Miguel Pioner - SPC Brasil - Conselho Nacional de SPC: Ivonei Miguel Pioner - Observatório Social de Caxias do Sul: Bruno Moraes/ Jonathan Piva de Almeida - Grupo de Trabalho Turismo Industrial - Comissão de Desenvolvimento Econômico, Fiscalização e Controle Orçamentário da Câmara Municipal de Caxias do Sul - CDEFECO: Claudia Sassi e Rubia Frizzo - COM-DECOM: Jorge Salvador e Márcia Costa - Serviços para o Comércio do Brasil S/A: Ivonei Pioner.

**Outras Representações**

**Assessoria Técnica Estadual/SPC:** Rita de Cássia Pereira

**Coordenação Editorial**

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

**Produção Revista Panorama**

**Edição:** Dinâmica Comunicação

**Diretor-editor:** Ricardo Tonet Dini

**Jornalista Responsável:** Juçara Tonet Dini (MTB 4599)

**Textos:** Fabiano Finco

**Diagramação:** Agência 42

**Impressão:** Grafime

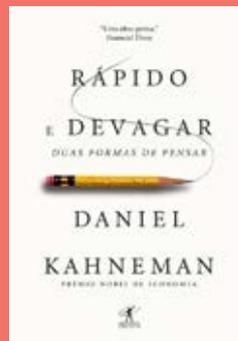
**Tiragem:** 4.800 exemplares

# PARA LER, VER E OUVIR



## Shallow

Na última edição do Oscar, realizada dia 24 de março, a cantora Lady Gaga conquistou a estatueta de Melhor Canção Original por *Shallow*, dueto com Bradley Cooper que dá tom à adaptação mais recente do filme *Nasce Uma Estrela*. A trilha sonora do filme tem direção de Bradley Cooper e é estrelada por ele e Lady Gaga. A dupla está presente em todas as canções da trilha, e tanto a cantora como o ator/diretor também participaram ativamente da composição das músicas. Gaga surge como compositora em 12 faixas e Cooper em quatro (sendo que *Alibi* é uma parceria dos dois com Lukas Nelson, filho da lenda da country music Willie Nelson e líder da banda *Promise Of The Real*). *Shallow* é a mais emblemática das canções, porém a trilha vale a pena ser conferida na íntegra. Disponível em plataformas como Spotify e Deezer.



▶ **Rápido e Devagar: Duas Formas de Pensar**  
**Autor: Daniel Kahneman**  
Nessa obra, o notável psicólogo israelense-americano vencedor do Prêmio Nobel de Economia em 2002 explica os dois sistemas que dirigem a maneira como pensamos. O sistema 1 é rápido, intuitivo e emocional; o sistema 2 é mais lento, mais deliberativo e mais lógico. Tudo isso mostrando esses impactos tanto nas estratégias empresariais como na sociedade. (Editora Objetiva).



## Abstract - The Art of Design, Netflix

De onde vem a criatividade? Talvez *Abstract - The Art of Design*, disponível na Netflix, não dê a resposta definitiva, mas vai oferecer dicas geniais. Mesmo tendo o design como foco, a série pode ser recomendada para todos os tipos de empreendedores, já que traz lições valiosas sobre a concretização de projetos e etapas dos processos criativos, além de realçar valores como a empatia, a persistência e a inovação. Como as histórias não são interligadas, não é preciso seguir a ordem dos capítulos, mas vale conferir todos.

## em ALTA

### INTERNET 5G

O mercado nacional anda ansioso pela chegada da internet 5G, tecnologia de comunicação que vai otimizar muito os processos ligados à Transformação Digital. Essa melhor conexão significa maior velocidade para receber e enviar informações na rede, tornando-a mais rápida, inteligente e eficiente por meio de serviços escaláveis e adaptáveis. Seu conceito ainda está na fase de testes e deve ser lançado por volta de 2020.

## em BAIXA

### RESISTÊNCIA A NOVAS TECNOLOGIAS

Muitos profissionais estão negligenciando a inteligência artificial e interpretando-a como uma grande rival no mundo dos negócios. Por mais “amedrontador” que a o advento do Big Data e o uso de Machine Learning possam parecer, será inevitável se preparar para a implementação corporativa dessas tecnologias, evoluindo com elas. Ir contra uma tendência globalizada de comportamento de mercado é nadar contra a maré.

# Lições de planejar a vida

*A psicóloga e educadora financeira Márcia Tolotti tem muito a ensinar sobre alcançar a linha de chegada*

**M**árcia Tolotti é professora em MBAs, palestrante, colunista e escritora. Psicanalista pelo CEL e EEP (entidades vinculadas à Associação Lacaniana Internacional), é graduada em Psicologia, pós-graduada em Psicologia Clínica e em Psicologia Organizacional, mestre em Letras e Cultura e MBA em Marketing pela FGV. Coordena a implementação de programas de educação financeira *in company* desde 2006 em importantes empresas, é criadora do curso que apresenta o Método STOP (aliando fundamentos da economia, psicanálise, psicologia econômica e neuromarketing) e sócia executiva da Moddo Conhecimento Estratégico. O parágrafo acima descreve o respeitável currículo profissional de Márcia Tolotti, mas Márcia não se limita a ele. A psicóloga sofreu bullying na escola por ser uma adolescente pobre dividindo a sala de aula com colegas de um dos mais tradicionais e caros colégios de Caxias. “Foi um dos períodos mais difíceis da minha vida. Convivi com pessoas com dinheiro, tradição e, muitas delas, com um imenso preconceito. Durante anos senti a indiferença e o desprezo. Meus pais não tinham condições de arcar com as mensalidades e, cansada de ser cobrada pelo setor financeiro da instituição de ensino, decidi que sairia da escola e começaria a trabalhar, a contragosto da mãe. Mas o colégio não autorizou minha saída devido à enorme dívida que tínhamos para quitar. Foi esse meu primeiro grande aprendizado de negociação. Decidi continuar os estudos e fazer dele meu escudo”, recorda, sem traumas.

A hoje autora de sete livros publicados e mais de 20 mil exemplares vendidos nasceu na Caxias do Sul de 1964, quando a ditadura militar eclode no Brasil. Embalada pelos pais ao som de Rolling Stones, Dean Martin e Beatles, aflorou seu lado contestador, mas logo viu Elvis Presley e Simon & Garfunkel como guias para uma estrada mais romântica e esperançosa na liberdade de expressão. “Tive uma infância bastante difícil, pois meus pais eram muito atrapalhados financeiramente, e bastante imaturos. Claro que tudo isso me tornou forte”, comenta a psicóloga, que recentemente lançou “Linha de Chegada”, livro que assina junto com Cristiane Moraes e Marialdo Rodrigues. Ela considera a publicação uma espécie de resumo do que pensa. “No livro falo que

cada um tem a sua velocidade, mas que precisamos estar atentos às armadilhas das nossas próprias emoções: autossabotagem, insegurança, medo. Para alimentarmos a autoconfiança e darmos a acelerada necessária é precisamos ter bom autoconhecimento. E se tivermos dúvidas, preguiça, cansaço, não importa, precisamos avançar mesmo com todas as dificuldades. Vida é cruzar as linhas que precisamos, para chegarmos aonde desejamos”, ensina.

O título “Linha de Chegada”, aliás, tem muito a ver com o atual momento de Márcia, profissional constantemente requisitada para ministrar cursos em empresas e organizações sobre planejamento financeiro. Há sete anos ela descobriu a corrida como forma de fazer novas amizades, melhorar a saúde, ser mais disciplinada e focada do que imaginava. Resultado mais recente disso: primeiro lugar em sua categoria na ultramaratona de 82 km no litoral gaúcho, a famosa Travessia Torres Tramandaí (TTT). “Muito além do corpo, minha mente foi testada”, resume Márcia, que tem outras 50 corridas no currículo. Há muito mais sobre o trabalho e currículo da caxiense em [marciatolotti.com.br](http://marciatolotti.com.br), e sobre tudo o que ela tem a ensinar. Mas Márcia ainda dá uma dica final sobre negócios e investimentos: “Guardar um pouco de dinheiro é fundamental. O país trata idoso muito mal, então ficar sem dinheiro não é nada bom. Mas amizades, família, viagens, e autodesenvolvimento são os principais investimentos, sem dúvida”.



*"Amizades, família, viagens e autodesenvolvimento são os principais investimentos".*

foto: Juliano Viviani



*Mercado  
de Carros  
Usados: a crise  
aquece o setor*

## *Carro usado: saiba como garantir um* **BOM NEGÓCIO**

*Na hora de comprar um veículo usado, é importante seguir dicas úteis para não se arrepender depois*

**N**os últimos anos, a instabilidade econômica atingiu em cheio o poder de compra do brasileiro, que viu-se obrigado a mudar de hábitos de consumo e até de comportamento. Um dos setores mais atingidos por essa crise foi o mercado de automóveis, refletindo na queda da venda de carros novos e em um aumento significativo no comércio de usados. Com o orçamento apertado, muitas famílias optaram por investir menos na aquisição de veículos, fosse para guardar algumas economias ou pela dificuldade de conseguirem crédito para a aquisição de bens mais caros.

É sabido que o mercado de automóveis é extrema-

mente oscilante, com variáveis que incluem poder econômico e necessidades por regiões e setores. Em 2018, segundo dados da Fenauto (Federação Nacional das Associações dos Revendedores de Veículos Automotores), o comércio de veículos entre 4 e 8 anos teve um pico significativo, chegando aos mesmos 1,8 milhão de unidades que os seminovos de até três anos obtiveram no ano anterior.

As expectativas para a retomada da economia são grandes, mas enquanto a estabilidade não se consolida, o mercado de usados e seminovos tende a continuar aquecido, seja para o comprador final ou para quem compra e revende como forma de negócio. Listamos abaixo algumas dicas para lembrar na hora de comprar um veículo usado:

## COMO AVALIAR O VEÍCULO?

- Faça a avaliação acompanhado de um mecânico de confiança
- Verifique a presença de todos os itens de segurança e equipamentos obrigatórios
- Consulte o histórico de manutenção e confira se bate com o estado geral do carro
- Faça um test drive: cheque os freios, suspensão e preste atenção em ruídos anormais
- Na lataria, analise o alinhamento das portas, do capô e do porta-malas. Veja os parafusos de fixação e procure por sinais de reaperto. Peças também costumam ter lacres de fábrica
- Faça um levantamento da documentação junto aos departamentos de trânsito, Secretaria da Fazenda e Prefeitura
- Veja se a vistoria obrigatória foi realizada. Analise o laudo

## O QUE DIZ A LEI?

Veículos adquiridos em lojas ou revendedores têm garantia de 90 dias, direito assegurado pelo Código de Defesa do Consumidor. No caso de vendedor particular, não há as mesmas garantias do CDC, apenas as proteções do Código Civil. Porém, reclamações contra pessoas físicas são mais trabalhosas, pois exigem abertura de processo em Juizados Especiais Cíveis (JECs) e até a contratação de advogados.



Adquirir um carro usado pode ser uma ótima opção ou grande pesadelo

## DICA DO JOEL

gerente comercial | CDL Caxias

As dicas da matéria ao lado são preciosas para quem busca segurança na hora de adquirir um carro usado. Afinal, quando você realiza a compra de um veículo nessas condições, quais as informações que passam para você? Que o carro nunca foi batido, tem pouca quilometragem, dá pouca manutenção, ficava só na garagem?

Mas para te ajudar ainda mais a saber o verdadeiro histórico de um carro usado e ter certeza de um final feliz na hora da negociação, a CDL Caxias, junto com o SPC Brasil está lançando uma nova versão do SPC Auto.

• São seis soluções que oferecem desde dados simples, como padrão de rodas e pneus, até outros mais complexos, como histórico de KM e Gravame.

• Com ele você garante uma negociação mais segura na compra/venda do veículo usado; evita a compra de veículos com restrição por falta de pagamento, licenciamento e também por dívida de financiamento; consulta as condições atuais e Km do veículo, auxiliando na tomada de decisão da compra.

Aproveite o serviço e passe a fazer transações mais seguras com a CDL Caxias!



**MARQUE NA AGENDA**

**13.04**

18ª edição do  
Homens na  
Cozinha

**22 a  
26/04**

Curso de CIPA gratuito  
para associados

**23/04**

Lançamento  
Coleção Verão  
2020 com  
Sinome Rech

# O DINHEIRO “NÃO CARIMBADO” DOS IMPOSTOS

*No Brasil, nos últimos anos, a arrecadação tributária superou mais de 30% do Produto Interno Bruto (PIB), ou seja, toda a riqueza produzida no país*

**A** cada ano, a CDL Caxias adere às campanhas oficiais que alertam para a cobrança abusiva de impostos, informando lojistas e consumidores sobre seus direitos e deveres e taxas cobradas. Para esclarecer ainda mais sobre o conceito de “imposto”, conversamos com dois especialistas no assunto, os advogados Zulmar Neves e Vinicius Lunardi Nader. Na entrevista é possível entender melhor sobre esse assunto complexo e que há anos vem sendo motivo de debate entre empresários e governos por meio da Reforma Tributária. Confira!

## **Como pode ser definido o conceito de “imposto”?**

Sob o aspecto jurídico, imposto é uma espécie de tributo previsto em lei, cuja obrigação tem por fato gerador uma situação relativa ao contribuinte. A obrigação de pagamento dos impostos se dá em razão da manifestação de capacidade contributiva do contribuinte, via de regra originada em razão de determinados fatos, como por exemplo a obtenção de renda, a propriedade de bens, a circulação de mercadorias, a industrialização de produtos e a prestação de serviços.

## **Qual é o valor real que se paga sobre o imposto?**

O valor que se paga a título de imposto dependerá da capacidade contributiva do contribuinte, isto é, se o contribuinte auferir mais renda deverá pagar mais imposto; se é proprietário de um bem imóvel, deverá pagar imposto de acordo com o valor do seu bem. Quanto aos impostos sobre o consumo, o montante a ser recolhido é apurado pelo valor do negócio, isto é, o preço dos serviços, produtos e mercadorias. Em uma análise macro podemos afirmar, com base em dados divulgados pela Receita Federal do Brasil, que nos últimos anos a arrecadação tributária superou mais de 30% do Produto Interno Bruto (PIB), toda a riqueza produzida no país.

## **Para onde vão os principais impostos e tributos?**

A destinação dos recursos obtidos com a arrecadação tributária, na hipótese dos impostos, não tem vinculação específica, via de regra, são utilizados para o pagamento de despesas de custeio do erário. Costuma-se dizer, em linguagem popular, que o dinheiro não é “carimbado”. Ingressa nos cofres do tesouro e o agente público o utiliza de acordo com o que é estabelecido no respectivo orçamento. Quanto às outras espécies de tributos, tais como as taxas e contribuições, o montante exigido deve ser pago a título de contraprestação específica, ou vinculadas a determinadas finalidades, como por exemplo à seguridade social.

## **O que é imprescindível o empresário saber sobre impostos pagos?**

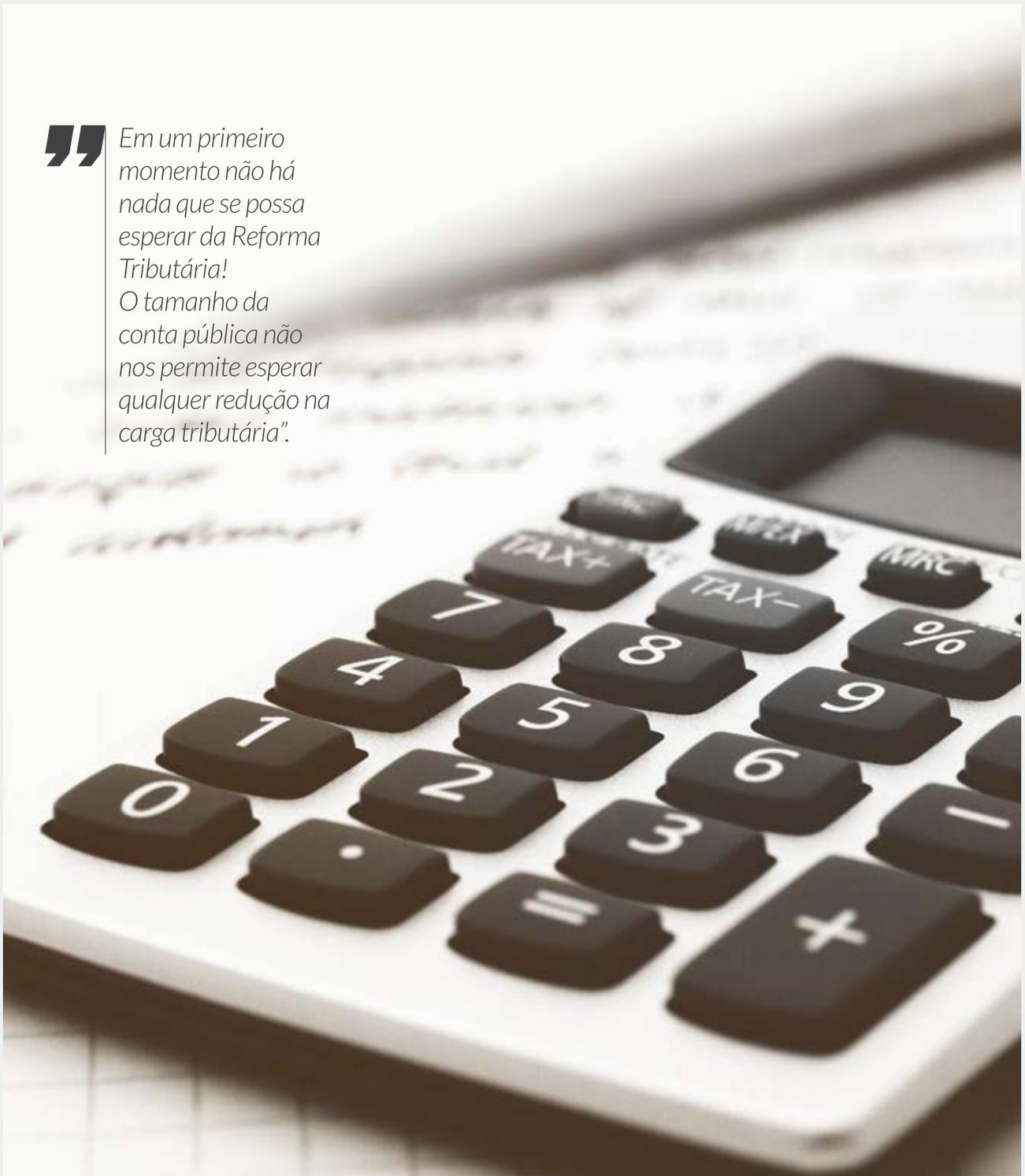
O empresário deve conhecer os efeitos econômicos e financeiros dos tributos incidentes sobre as operações da empresa, sobretudo para correta formação do preço dos produtos, mercadorias e serviços. Além disso, em razão da complexidade e da intensa alteração de regras tributárias, o empresário deve também se valer de equipe especializada para interpretação da legislação tributária, apuração dos tributos e atendimento de diversas obrigações acessórias devidas ao fisco.

## **Há previsão de mudança em relação aos impostos pagos hoje? Se sim, quais são?**

Há muitos anos diversas propostas de Reforma Tributária foram apresentadas no Congresso Nacional. Trata-se de tema complexo devido a alterações na Constituição Federal e ao fato de que as regras de repartição de competências para instituição de tributos podem implicar na redução de arrecadação pelos entes federados, o que certamente justifica a dificuldade em aprovar proposta nesse sentido. Apesar disso, com o início da nova legislatura, segundo as manifestações públicas dos con-



*Em um primeiro momento não há nada que se possa esperar da Reforma Tributária! O tamanho da conta pública não nos permite esperar qualquer redução na carga tributária”.*



gressistas e do ministro da Economia, Paulo Guedes, é provável que seja apreciada nova proposta de Reforma Tributária ainda neste ano, com o objetivo de reduzir o número de tributos, revisar as regras de concessão de benefícios e simplificar a forma de apuração e cumprimento de obrigações acessórias. Ao que tudo indica, após a tramitação da Reforma da Previdência será apresentada a proposta de Reforma Tributária, momento em que será possível conhecer com precisão o novo modelo tributário.

### **O que é possível esperar da Reforma Tributária e o que pode mudar para o empresário?**

Não há nada que se possa esperar da Reforma Tributária! O tamanho da conta pública não permite esperar qualquer redução na carga tributária. O que se espera é uma simplificação da legislação tributária reduzindo o custo empresarial com o controle e escrituração contábil e fiscal para cumprimento da legislação tributária, que se prolifera de maneira incontrolável.

# O CONSUMIDOR quer te achar NA INTERNET

*O marketing digital  
tem revolucionado os  
hábitos de consumo  
e não há mais tempo  
a perder. Saiba como  
simples estratégias  
podem impulsionar o  
seu negócio*



**A**pliação de estratégias e técnicas de comunicação para divulgação de marcas, aumento das vendas e fidelização do consumidor via Internet. Talvez esse seja um dos inúmeros conceitos que você já tenha visto sobre marketing digital, que recentemente, e com uma velocidade impressionante, tem chamado a atenção de todo o lojista atento às tendências de mercado. Por envolver inúmeras frentes e métodos - marketing de performance, gestão de canais, busca orgânica, busca paga, display, e-mail, mídias sociais -, o marketing digital é uma revolução cada vez mais estudada, oferecendo periodicamente uma série de inovações, algumas mais simples de entender, outras mais complexas.

Como estar preparado para tantas novidades, como não ficar para trás, como sair na frente? Muitas dessas perguntas têm sido feitas tanto por micro empresários como por grandes redes que ainda apostam no comércio convencional. Para ajudar a respondê-las, a Panorama ouviu a palavra de dois especialistas no assunto que recentemente estiveram palestrando na cidade a convite da CDL Caxias. Os convidados foram Vitor Peçanha, co-fundador da Rock Content - maior empresa de marketing de conteúdo da América Latina -, e Everson Klein, especialista em marketing digital, fundador e CEO da NOC - plataforma de conteúdo inteligente para redes sociais.

COM A  
PALAVRA

Everson  
Klein



“É importante considerar a dimensão do marketing digital no Brasil hoje. Um dado bem interessante que merece destaque é que em 2018, 92% das compras foram realizadas em lojas físicas, e não em e-commerce. Isso só mostra que a loja física não vai terminar, não vai morrer, mas que o negócio vai se transformar. Desses 92% de compras feitas em lojas físicas, 70% foram em compras de experiência, ou seja, de pessoas que não comprariam pela Internet. O que é importante: que o lojista comece a digitalizar o seu negócio. Digitalizar não é necessariamente abrir uma loja virtual, e sim estar em canais digitais para atrair clientes para o negócio.

Uma das formas mais básicas para qualquer negócio começar no marketing digital é usar as redes sociais. Porque as pessoas estão no smartphone o tempo todo. A cada 10 brasileiros, nove estão usando smartphones para entrar na Internet, e 60% do tempo deles é destinado às redes sociais, para as quais ele olha, no mínimo, 250 vezes por dia. Então, não há meio melhor do que esse para você falar com seu cliente. É preciso olhar com carinho e com cuidado para a rede social, principalmente o Facebook e o Instagram, e aprender como lidar com eles. São meios baratos de se trabalhar e que te oferecem uma precisão muito grande. Por exemplo: enquanto você está preocupado em fazer um anúncio, um filme publicitário, ou seja, toda uma comunicação muito mais custosa, o teu cliente está no teu restaurante, com o Instagram aberto, fazendo uma foto do prato que ele mais gostou - ou de outro produto ou um servi-

ço - para postar aos amigos e, assim, influenciar muitas pessoas. Então o que o proprietário desse restaurante deve fazer? Conteúdo instantâneo dentro da loja para atrair clientes usando as redes sociais. Basta entrar um pouco mais nesse canal. É uma forma inicial e perfeita. O Brasil tem um mercado bastante pronto e pulverizado para o marketing digital. Essa é uma realidade muito interessante, muitos profissionais de marketing se formam hoje com outra mentalidade. Mas existe também uma vastidão de conteúdo disponível para quem quer aprender a fazer isso, seja nas próprias redes sociais ou no Youtube, onde se encontra muito material para aprender e utilizar.

Independente do tamanho de cada negócio, sempre cito experiência como palavra-chave. Se o teu negócio oferece alguma experiência ao consumidor, seja de produto, serviço, ambiente, isso tem de estar nas redes sociais, é perfeito, porque essa experiência influencia a compra. Isso é muito diferente dos meios de marketing tradicionais. Por exemplo: o consumidor tem sua programação interrompida para ver um anúncio, ou seja, a pessoa estava assistindo a uma novela e de repente entra um anúncio. Na rede social não acontece isso, mas sim uma socialização, você está vendo sobre o que os seus amigos estão falando, compartilhando, assim você está sendo influenciado pelas referências deles e se inspirando. Então é isso que o lojista precisa fazer, mostrar que a experiência dele é inspiradora, que sua loja de decoração tem produtos legais e diferentes, que seu restaurante serve refeições especiais, enfim, tudo o que for experiência acontecendo dentro de um local físico é perfeito para redes sociais”.



COM A  
PALAVRA

# Vitor Peçanha

“Uma coisa é ser proprietário de uma loja física e não vender pela Internet, outra é não ser encontrado na Internet. Nesse último caso a chance de você ser encontrado na rua diminui muito. Hoje é natural o uso do celular, um dispositivo que está sempre com você, que te oferece GPS para descobrir informações. Por exemplo: quando cheguei em Caxias do Sul, a primeira coisa que eu fiz foi consultar o Google Maps para ter uma dica de onde almoçar. Quem tem loja ou restaurante, enfim, tem que lembrar que seu estabelecimento precisa existir no mundo virtual, seja por meio de serviços de terceiros (Google Maps, que é essencial), seja com site próprio, que é muito importante. Afinal, o consumidor tem dúvidas, quer saber que hora abre, que hora fecha, qual o cardápio, quer o número do telefone para entrar em contato - aliás, é impressionante como o telefone é uma das informações mais requisitadas por quem está online. Se você prover esse tipo de informações com facilidade, você já está um passo a frente, você está existindo no marketing digital. É o básico, mas muita gente esquece.

Além disso, existem muitas possibilidades de marketing digital para empresas, por exemplo, marketing geolocalizado. Se você conseguir deixar o seu negócio muito bem configurado no Google Meu Negócio, ele vai refletir no Google Maps e muita gente vai lhe achar

fisicamente. Esse é um trabalho de marketing, que utiliza-se de alguns códigos específicos que dizem para Google: olha, essa empresa faz isso, outra está em tal cidade e faz aquilo. Você também pode fazer propaganda em sites/aplicativos como o Waze, por exemplo, ou fazer a boa e velha propaganda, tipo anúncio gráfico na Internet mesmo, que chamamos mídia display, para o consumidor ver a sua marca, isso é muito importante. Nem toda publicidade na Internet precisa atrair “clic” para compra, e sim para conhecer a sua marca. No final das contas, você tem que existir na Internet, começar a pôr o pezinho ali, na água do mundo digital. Acho que o principal para o negócio hoje é existir e se relacionar na Internet.

O Brasil está muito bem em termos de estrutura e profissionais desse segmento, não precisamos viver uma crise de vira-latas. Claro, não chegamos perto dos Estados Unidos, onde tudo é mais difícil e competitivo, mas nós temos uma boa estrutura. Há muitas oportunidades no mercado de marketing digital, temos boas agências, bons profissionais e, principalmente, uma ótima audiência de Internet. Nossa maturidade digital está bem à frente dos demais países da América Latina e até de alguns países da Europa, pelo o que pude conferir. A gente tem tudo que se precisa para surfar nesse ambiente com bastante sucesso”.



Consumidor está mais cauteloso fazendo pesquisas e controlando melhor seus gastos

Foto: Pixaveis / Ilustração: Nauri Project

Novos tempos,  
**NOVOS HÁBITOS**

Com economia desfavorável, brasileiro encontra novos formatos de consumo e passa a pesquisar mais



**59%**  
pesquisam  
preços antes  
de comprar



**56%**  
limitaram  
gastos  
com lazer



**54%**  
reduziram  
gastos com luz,  
água e telefone



**53%**  
ficaram  
atentos a  
promoções

**D**iante de um cenário econômico ainda estável, boa parte das famílias passou a administrar melhor o orçamento e, conseqüentemente, criar uma relação mais saudável com o dinheiro. É o que aponta um levantamento feito pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), em parceria com o Banco Central do Brasil (BCB). De acordo com o estudo, oito em cada dez (79%) brasileiros mudaram seus hábitos no dia a dia e entre as medidas adotadas, destaca-se a pesquisa de preços (59%) antes da aquisição de algum produto - percentual que chega a 68% nas classes A e B.

Além disso, 56% passaram a limitar gastos com lazer e 55% a controlar despesas pessoais. O aperto financeiro também fez com que muitas pessoas encontrassem alternativas para economizar. Mais da metade (54%) dos entrevistados procurou reduzir o consumo de luz, água e telefone, de olho no valor da conta. Outros 53% passaram a ficar atentos às promoções em busca de preços menores, enquanto 46% substituíram produtos por marcas similares mais baratas e 42% admitiram ter incorporado em sua rotina a prática de pechinchar.

Na avaliação da Economista-Chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, os dados mostram que o consumidor está mais consciente. "A situação econômica desfavorável acabou deixando uma lição para a maioria dos brasileiros que perceberam o quanto é fundamental ter uma vida financeira mais controlada. Pesquisar preços, repensar gastos, avaliar se realmente é necessário adquirir um determinado produto ou mesmo o simples fato de pedir desconto são atitudes que contribuem para uma gestão eficiente do orçamento", orienta a economista.

#### **Impactos emocionais**

As mudanças no padrão de vida para driblar os momentos de dificuldades acabaram causando impactos emocionais nos brasileiros,

que viram seu poder de compra ser afetado. Para 32% dos entrevistados, a vontade de ter algo e não poder tem provocado uma sensação de impotência. Já 26% mostram-se constrangidos por não conseguir dar à família o que deseja e 25% demonstram frustração por deixar de comprar certos produtos que gostam. Em contrapartida, uma parcela considerável (37%) se diz satisfeita por manter, ao menos, os gastos essenciais e outra aliviada (33%) por não estourar o orçamento.

#### **Hábitos que tendem a permanecer**

O levantamento quis saber ainda se o novo comportamento dos brasileiros deve se manter diante das perspectivas de recuperação da economia. Considerando um cenário mais favorável para 2019, com a retomada dos empregos e o acesso ao crédito, os dados indicam que a maioria pretende continuar com os mesmos hábitos adquiridos na crise. O principal item apontado é a economia de luz, água e telefone, mencionado por 71% dos entrevistados. Entre outras práticas citadas estão a troca de produtos por outros de marca mais em conta (68%), atenção às promoções para obter menor preço (67%) e até cortar ou reduzir o valor pago com serviços por assinatura (65%) – TV ou internet, por exemplo. Há ainda aqueles dispostos a aumentar a frequência com que poupam, de pelo menos parte dos rendimentos (47%), e pechinchar ou pedir desconto nas compras (33%).

"Bons hábitos de educação financeira costumam ser encarados como restrições a experiências positivas de consumo. Mas ter um orçamento planejado acaba viabilizando objetivos importantes na vida. Deixar de comprar aquele par de tênis, por exemplo, ajuda na compra do material escolar. Além disso, uma boa gestão do orçamento também prepara qualquer um para eventuais imprevistos. Cuidar bem das finanças evita o estresse que costuma vir junto com o endividamento", ressalta o Chefe do Departamento de Promoção da Cidadania Financeira do Banco Central, Luis Mansur.



## AUMENTA A PROCURA POR REGULARIZAR DÍVIDAS

*Segundo pesquisa realizada pela CNDL e SPC Brasil, em janeiro de 2019 o número chegou a 11,5% no acumulado de 12 meses.*

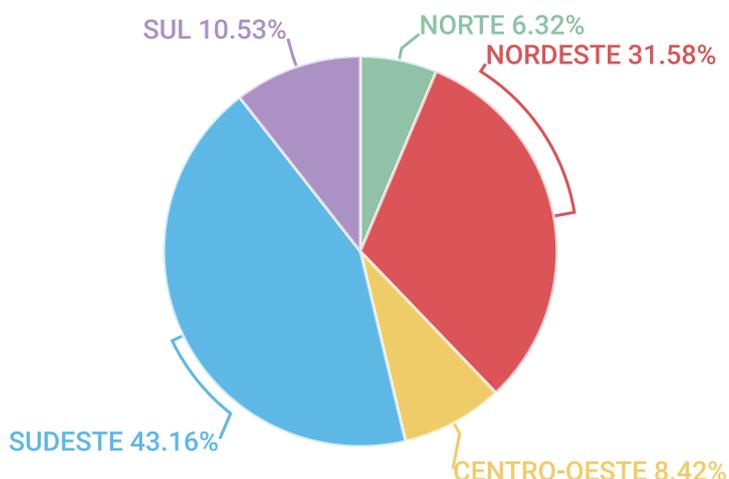
**A** economia vem sendo retomada aos poucos e isto tem incentivado pessoas e empresas a regularizar os seus nomes. Primeiro por conta do aumento, mesmo que tímido, no poder aquisitivo das pessoas e

empresas. O segundo ponto está relacionado ao aumento da confiança no futuro, demonstrado por pesquisas com pessoas e empresários e, em terceiro lugar a vontade de voltar ao mercado através da recuperação do crédito.

Dados apurados pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) mostra que cresceu 11,5% o volume de brasileiros inadimplentes que regularizaram suas pendências e, que por isso, saíram do cadastro de devedores. Os dados do Indicador de Recuperação de Crédito são de janeiro de 2019 e dizem respeito ao acumulado em 12 meses. Em janeiro de 2018, houve uma queda de -0,7% na quantidade de consumidores que pagaram dívidas em atraso, resultado negativo que se repetiu em igual período de 2017 (-2,2%) e de 2016 (-2,5%). A última vez que o dado ficou no azul foi em janeiro de 2015, cuja alta fora de 6,2%, também no acumulado em 12 meses.

Trazendo estes números para a nossa realidade local, os resultados foram consideravelmente menores, na ordem de 3,1% para a região Sul do Brasil. Em Caxias do Sul, identificamos que o acumulado de 12 meses no Índice de Quantidade de Registro de Dívidas está desacelerando na ordem de -2,85%, quando comparamos o acumulado de Janeiro de 2019 com Janeiro de 2018. Um pouco abaixo do percebido na região Sul e um número ainda menor quando comparado com os 11,5% do resto do país. Porém, apesar de indicadores mais tímidos, é preciso entender esta nova fase da nossa economia, onde a medida que as pessoas recuperam sua capacidade financeira elas buscam recuperar o seu crédito como uma forma de retornar ao mercado consumidor e para interromper acúmulo de juros e multas sobre os seus débitos. Na avaliação da economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, o dado positivo observado neste início de ano acompanha a tendência de melhora gradual da economia, mas ainda é insuficiente para reverter o quadro geral de inadimplência elevada no país. "O número de inadimplentes que estão conseguindo honrar compromissos atrasados vem aumentando".

### Participação por região



*"79% dos que foram negativados em janeiro são reincidentes, sendo que 28% haviam regularizado uma dívida no último ano"*

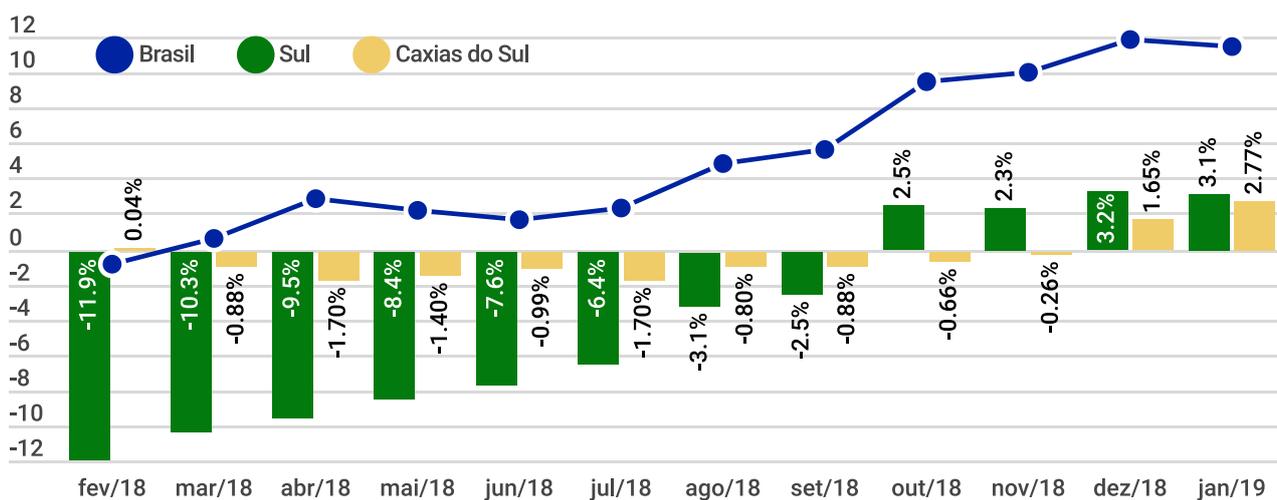
"Só que ao mesmo tempo, também cresce a quantidade de novos devedores. Isso faz com que a inadimplência continue elevada. Para os próximos meses, o movimento da inadimplência dependerá da evolução do crédito e de outras variáveis macroeconômicas como o desemprego e renda. A melhora desses dois últimos pontos poderá fazer a recuperação de crédito avançar mais do que o número de novos negativados, culminando na queda da inadimplência", explica a economista.

O levantamento ainda mostra que, em muitos casos, a inadimplência não é um evento isolado. Do total de consumidores que foram negativados no último mês de janeiro, 79% são reincidentes, ou seja, já haviam aparecido no cadastro de devedores ao longo dos últimos 12 meses. Nesses casos, 28% haviam regularizado a dívida anterior, enquanto 51% ainda estavam com uma dívida pendente. Os 20% restantes de pessoas que se tornaram inadimplentes em janeiro não estiveram com restrições

no CPF ao longo dos últimos 12 meses e, por isso, não são considerados reincidentes.

Outro dado é que, o tempo médio decorrido entre o vencimento de uma dívida para a outra é de 96 dias. Isso significa que, depois de pouco mais de três meses após ficar inadimplentes, o consumidor volta a atrasar o pagamento de uma segunda conta.

A economista Marcela Kawauti chama a atenção para o cuidado que o consumidor deve tomar ao fechar um acordo com credores, para evitar que haja novos atrasos. "Um dos principais erros em uma renegociação de dívida é aceitar os termos do acordo sem avaliar sua capacidade de pagamento. Se o consumidor atrasar as parcelas acordadas, nada impede dele ver seu nome voltar para a lista de inadimplentes. Então é preciso ter plena consciência de que o combinado será cumprido e não ter medo de fazer uma contraproposta", alerta a economista.



## RESUMO DA ANÁLISE

Núcleo de Informações de Mercado - CDL Caxias

A pesquisa realizada pela CNDL e SPC Brasil traz boas notícias para os empresários. O aumento da busca pela recuperação de crédito é o primeiro passo no processo de redução da inadimplência, o que é aguardado por todos já a muito tempo. Porém, ainda é muito cedo para comemorarmos. Nesta guerra que travamos contra a inadimplência, esta é apenas a primeira batalha. Vencê-la representa muito para nós e para os consumidores que voltam aos poucos a recuperar seus nomes, seu crédito e sua dignidade. Porém, é preciso manter o curso para que nossa próxima batalha, que é a redução da curva de aumento da inadimplência, seja vencida da mesma forma. Para isto, é preciso cautela na concessão de crédito e a utilização de dados confiáveis que demonstrem a real situação creditícia do consumidor. Quando isto não for suficiente, mecanismos de cobrança ágeis são fundamentais para a recuperação das dívidas, ainda antes do cliente entrar para a lista de inadimplentes. Estas medidas não vão garantir 100% de sucesso, mas certamente serão fundamentais para que a inadimplência seja finalmente vencida.

Nós da CDL Caxias do Sul temos todos estes recursos para te ajudar com produtos, soluções e principalmente conhecimento.

## Aconteceu



### ▶ ENCONTRO DE MARKETING DIGITAL

A CDL Caxias promoveu o primeiro Encontro de Marketing Digital no dia 20 de fevereiro, no Personal Royal Hotel. Os palestrantes convidados foram o Co-fundador da Rock Content - maior empresa de marketing de conteúdo da América Latina, Vitor Peçanha; e o especialista em marketing digital, Fundador e CEO da NOC - plataforma de conteúdo inteligente para redes sociais, Everson Klein. O evento, que teve patrocínio do Scredi, foi um sucesso e contou com dezenas de participantes.

### ◀ PRESENÇA NA FESTA DA UVA 2019

A CDL Caxias marcou presença na Festa da Uva 2019 com um belo estande no Pavilhão Nostra Itália. No espaço, convidados e visitantes puderam degustar sabores típicos da culinária italiana, como o salame, queijo e geleia de uva, e ainda puderam conhecer um pouco mais das ações e campanhas da entidade.



Fotos: Alencar Turello

# DIA LIVRE DE IMPOSTOS

## ASSOCIADO, VENHA PARTICIPAR CONOSCO!

O Dia Livre de Impostos nasceu para manifestar a insatisfação do brasileiro com a tributação abusiva que limita o poder de consumo da população, além de servir de freio para o crescimento econômico do país.

Nessa data os lojistas participantes irão comercializar seus produtos com descontos equivalentes no valor que normalmente é consumido por taxas de tributação.

A proposta é promover uma data de conscientização para a população sobre as altas cargas tributárias pagas no país. Assim, conscientizamos os consumidores quanto ao real impacto dos impostos em suas vidas e aumentamos o poder de consumo por um dia.



**30 DE MAIO**

**DIALIVREDEIMPOSTOS.COM.BR**

Patrocínio:



