

associado / O sonho de Dolci 20 anos depois

Revista bimestral da CDL de Caxias do Sul

O Lojista

em Revista



Ano 1
Nº 2
Outubro de 2006

varejo
O cliente
no centro
do universo
lojista

ponto de venda
Garanta espaço com
funcionalidade

crédito
Sua empresa é
associada ao SPC?

cdl
Ações desenvolvidas
pela entidade



CDL Gaxias: contém tudo que o comércio precisa.

Um comércio forte se faz com o apoio de uma entidade comprometida em atender às necessidades da classe lojista. Essa busca constante pelo desenvolvimento do comércio contribui para o crescimento de toda a comunidade.



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 2 - Outubro de 2006

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 Concatto (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 – Silvio Cesar Munaretto
Auditoria Independente – Volnei Ferreira de Castilhos
Conselho Editorial – Adriana Silva, Renato Corso, Sirlei Bertollo e Silvio Cesar Munaretto

Departamentos

CDL Controladoria – Valter Agostinho Minúscoli;
CDL Cobrança – Valmor Concatto 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 Brasil** – 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
Projeto Gráfico e Diagramação: Marli Superti
Revisão: Simoni Schiavo (MTb 8821)
Capa: montagem de Claudiomiro Paim Lisboa sobre foto de Gilmar Gomes
Impressão: Gráfica São Miguel
Tiragem: 4.000 exemplares

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.



matéria de capa

5 5 Tudo pelo cliente

Consultores dão dicas de como conquistar e fidelizar o consumidor, sem esquecer de investir no negócio

8 ponto de venda Aproveite os espaços

O que você deve levar em conta na hora de definir o *layout* da sua loja sem perder a funcionalidade

9 opinião O poder da qualificação

João Altair de Souza Motta defende a importância do investimento no capital humano

10 crédito Se associe ao SPC

As soluções e as dicas do serviço para que o lojista reduza seus índices de inadimplência

12 Eu, associado Dolci Modas

A história de um sonho que se transformou em realidade e hoje faz parte da vida de mais de 3,3 mil clientes



15 notícias da cdl Por dentro da entidade

Fique por dentro dos serviços e convênios oferecidos aos associados e as ações desenvolvidas pela entidade

19 qualificação Invista em você

Programa-se para os cursos e palestras que a CDL Ensino programou para os próximos meses





Venda segura

O SPC Brasil é resultado de uma inteligente decisão de unificação das diversas bases de informação existentes no país, permitindo que as empresas associadas possam ter acesso, por meio de uma única consulta, às informações de crédito nacionais com a maior agilidade possível. O serviço assegura uma abrangência decorrente da capilaridade do sistema, bem como uma qualidade efetiva na informação prestada. Atuando como parte fundamental para proteção ao crédito, o SPC Brasil traz consigo toda a tradição e conhecimento de quem foi o pioneiro nesse segmento.

Sócia-fundadora do SPC Brasil, a CDL Caxias conta hoje com banco de dados do SPC próprio que, interligado com a Capital e o restante do país, presta informações de crédito ao seu associado com informações em âmbito nacional. Atualmente temos em nosso banco de dados o cadastro de 58 mil pessoas com ocorrências de débitos e que devem em nosso comércio ou serviços da nossa cidade o equivalente a R\$ 20 milhões.

A maioria dos lojistas sofre com os consumidores inadimplentes, sendo que este é um dos fatores que mais atinge os setores do comércio e de serviços, fazendo com que muitos sintam-se desprotegidos. Mas uma



das formas mais baratas e acessíveis de precaução, muitas vezes é ignorada: a consulta ao SPC. *Crédito não se recusa, se dificulta.* Se muitos empresários levassem essa regra à risca na hora de liberar o crédito, veriam sua taxa de inadimplência reduzir consideravelmente. Muitas vezes, na ânsia de garantir uma venda, lojista, vendedor e o atendente de crediário acabam não colocando em prática uma antiga, mas nunca ultrapassada, regra: a consulta ao SPC Brasil.

Nesta edição do Lojista dedicamos duas páginas ao SPC por entendermos que ele é a forma mais eficaz de reduzir os riscos com a crescente inadimplência. Leia com atenção e se você ainda não é associado ao serviço nos procure. Temos todas as ferramentas que sua empresa precisa para garantir uma venda mais segura.

Pedrinho Ferrarini
Diretor do SPC Brasil

Espaço do Leitor



Você pode participar da revista enviando mensagem para o e-mail leitor@entercaxias.com.br, telefones/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, formação ou atividade que exerce. *O Lojista* reserva-se o direito de selecioná-las e resumí-las para publicação.

Anuncie

O Lojista - em Revista é uma publicação bimestral da CDL de Caxias do Sul. São 4 mil exemplares distribuídos gratuitamente

Faça parte

(54) 3028.2868



- ✓ Linha diet
- ✓ Sobremesas individuais
- ✓ Trufas
- ✓ Mesa de doces para eventos
- ✓ Doces para festas
- ✓ Presentes
- ✓ Brindes personalizados para empresas

Loja de fábrica

Telentrega

(54) 3028.6858

9909.1867

Solicite uma visita



Montagem de Claudiomiro Lisboa sobre foto de Gilmar Gomes



As estratégias para conquistar e fidelizar o cliente

O varejo muda tão rapidamente que muitas vezes o lojista não consegue acompanhar essa evolução e perde espaço no competitivo mercado. Hoje em dia, conquistar o cliente não basta, é necessário mantê-lo. E mantê-lo satisfeito. Nas próximas duas páginas quatro consultores dão dicas de como o empresário deve agir para bem atender e ver suas vendas crescerem.

O Lojista



www.cdlicaxias.com.br

5

EDUCAÇÃO, CULTURA E CONHECIMENTO.

Sustentada pela responsabilidade com o futuro, a missão de produzir conhecimento é a base de tudo aquilo que a FSG considera como principal objetivo: promover e compartilhar Educação, Cultura e Conhecimento a todas as gerações, com competência, criatividade e emoção, ajudando a formar profissionais completos e aptos a enfrentar o mercado de trabalho. Venha você também fazer parte da FSG.

Educação Física
Reconhecido com
Conceito Máximo
pelo MEC

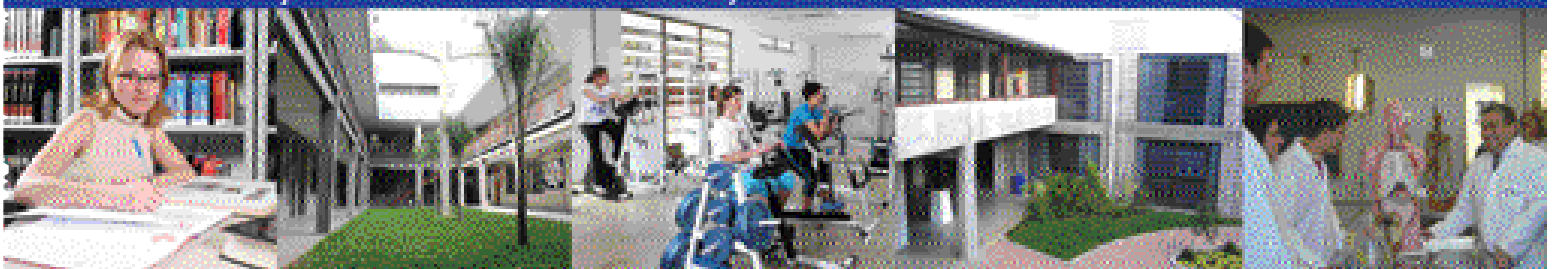
FSG
Faculdade da Serra Gaúcha

• GRADUAÇÃO

• PÓS-GRADUAÇÃO

• EXTENSÃO

• IDIOMAS



Rua Os Dezoito do Forte, 2366 - Fone (54) 2101.6000 - www.fsg.br



Fotos FCDL-RS



Ciro Bottini: vendedor é uma das profissões mais gratificantes

Bom humor é ponto de partida

"Tudo na vida depende de nossa vontade, garra e persistência. Estamos na era das transformações, e se você não tentar, terá 100% de chances de errar! Se tentar, suas chances de acertar passam a ser de 50%! Tente, invente, inove, ouse, mas não fique parado!"

O conselho é de um dos maiores vendedores da televisão brasileira e deve ser seguido por todos os empresários que querem ver seu negócio prosperar. **Ciro Bottini** estimula e encoraja, defendendo que vender é uma das profissões mais gratificantes. Com mais de 15 anos de experiência, diz que "o desempenho do vendedor

é hoje o grande motor para que uma empresa se estabeleça de vez no mercado ou naufrague. Esta é a hora e a vez do vendedor".

Durante sua palestra na Convenção Estadual Lojista, Bottini fez graça, interagiu com o público e simulou a venda de um produto entre dois lojistas e, com seus conhecidos jargões pregou: "Tem que vender, vender, vender!" "Compre, compre, compre, este produto é maravilhoso!" "Música, maestro, para Bottini vender uma TV de 29"! Anote alguns mandamentos da venda e as técnicas usadas por ele para despertar a atenção do consumidor.

Um bom vendedor deve:

- ◆ Primar pelo atendimento
- ◆ Ser cara-de-pau
- ◆ Gostar de vender
- ◆ Ter bom humor
- ◆ Ser persistente
- ◆ Conhecer e acreditar no produto
- ◆ Usar e abusar nos diferenciais (criatividade, ousadia, inteligência, talento, imaginação, etc.).

Os pequenos lojistas precisam:

- ◆ Oferecer pelo menos um diferencial
- ◆ Treinar funcionários
- ◆ Oferecer a troca de mercadorias em qualquer dia
- ◆ Providenciar a entrega
- ◆ Sinalizar a loja interna e externamente
- ◆ Manter a loja com bom visual
- ◆ Atualizar-se tecnologicamente
- ◆ Ficar atento aos custos
- ◆ Ter pós-venda

Esteja aberto às mudanças

O varejo é um dos setores da economia que mais necessita de mudanças. Nem bem nos adaptamos a uma situação de mercado e logo vem outra mais moderna, mais ágil. Se o varejo não acompanhar essas mudanças está fadado a desaparecer. Mas não há motivo para "grandes dores-de-cabeça" desde que se esteja aberto a assumir alguns riscos. E para isso, ensina, o consultor **Eugênio Foganholo**, é necessário fazer mais e melhor adotando e implantando pequenos detalhes que farão a diferença. "Por certo

uma loja globalizada encanta não somente um, mas vários clientes", garante.

Ele lembra que existem no mercado quatro tipos de empresas. "É preciso saber e entender em qual dos tipos classificamos nossa empresa, para que possamos adotar medidas que venham ao encontro das expectativas do mercado. Para obter sucesso no mercado varejista, a sua taxa de mudança deve exceder a taxa de mudança de seus concorrentes, porque o futuro do varejo exigirá mudanças cada vez mais intensas".

Saiba que:

◆ **Consumidor:** mudou seu comportamento. É mais exigente, mais informado, tem mais opções de escolhas, tem menos tempo para comprar. **Solução:** rapidez em ofertar e informar.

Tipos de empresas

- ◆ As que sabem o que acontece
- ◆ Aquelas que observam o que acontece
- ◆ Aquelas que se surpreendem com os acontecimentos
- ◆ Aquelas que fazem ou acompanham as mudanças

Com enfrentar as mudanças

- ◆ Buscar constantemente e detalhadamente a excelência
- ◆ Olhar a loja pela perspectiva

do cliente. Sempre de fora para dentro

◆ **Tomar o salão de vendas** como parâmetro essencial das ações varejistas, pois é ali que ocorre a verdade do varejo

◆ **Ser respeitoso e educado** com o cliente. Honestidade e ética são primordiais

◆ **Abolir:** "Sorria, você está sendo filmado". Usar placas com textos educados: "Para sua segurança e para garantir os preços baixos, esta loja possui circuito interno de TV".

◆ **Cuidar:** hoje a vitrine é a própria loja.

◆ **Iluminar adequadamente** os produtos e ambientes. Má iluminação pode cansar, distorcer cores e até afugentar clientes.



Eugênio Foganholo: quem não acompanhar as mudanças vai desaparecer

Fotos FCDL-RS



Dulce Ribeiro: o mundo precisa de pessoas que amam o que fazem

Atender bem é um estado de espírito

"Quem vende é o vendedor". O óbvio parece estar sendo esquecido por muitos empresários e é o principal aspecto destacado pela especialista em Comunicação e em Gestão Estratégica de Recursos Humanos Dulce Ribeiro. Para ela, os valores organizacionais impactam de forma positiva na qualidade do atendimento ao cliente. Quando estão alinhados e as pessoas identificam esses valores como seus, também os ampliam para a sua vida. "O mundo precisa de pessoas que dêem exemplos de respeito, de confiança, de honestidade, de lealdade. De pessoas que amam o que fazem e que façam as coisas acontecer, porque atender bem é um estado de espírito".

Dulce lembra que o mundo dos negócios está passando

por sérias transformações, que hoje o viver foi substituído pelo sobreviver e o novo momento requer mais carinho, atenção e gentilezas, sem deixar de lado a agilidade, praticidade e racionalidade exigidas. "Precisamos acreditar que vale a pena confiar e persistir, mesmo na adversidade".

Ela afirma que os líderes que querem "equipes redondas" não podem usar a linguagem da máquina para se referir às pessoas. Ninguém controla ninguém, a não ser aqueles que estão fazendo o seu estritamente necessário. "Uma equipe redonda é aquela que faz o que o chefe deseja. Mas para fazer a diferença, e colocar o talento à disposição de um time, precisamos de líderes que tenham a cultura de valorizar as pessoas."

As qualidades do novo profissional:

- ◆ Ético
- ◆ Bem-humorado
- ◆ Aberto às críticas
- ◆ Flexível
- ◆ Humilde
- ◆ Pronto para a busca do auto-conhecimento

O novo líder é aquele que:

- ◆ Descobre
- ◆ Serve
- ◆ Acompanha
- ◆ Orienta
- ◆ Sai do lugar comum
- ◆ Experimenta coisas novas
- ◆ Está em busca de um varejo diferente, mais aguerrido, mais inquieto, mais atraente, mais ser, mais alma

Marca é ativo das empresas

"Qual é o seu negócio? Qual é seu ramo? O que faz a informação se transformar em conhecimento?" Se você ainda não tem essas respostas está na hora de buscá-las o mais rápido possível.

O conselho é de Norberto Bozzetti, especialista nas áreas de comunicação, marketing e design e um dos profissionais que mais entendem de marcas no Brasil. "Marca é o principal ativo das empresas. Marca é tudo que simboliza e que fica na cabeça das pessoas como registro", defende.

Bozzetti afirma que o Brasil é

fraco em marcas, porque o empresário não sabe dar valor ao que tem. Para ele, cada vez mais convivemos com marcas internacionais e esquecemos de trabalhar as nossas. "Como se pode querer que os funcionários vistam a camiseta se não temos marca?" Entre as recomendações de Bozzetti para médias e grandes está a admissão de diretores de marcas (diretor de brandy), lembrando a importância de marcas internacionais como Coca-cola; Nike; Shell que valem milhões de dólares.

Os fatores atrativos no ponto-de-vendas:

- ◆ 1º lugar: limpeza
- ◆ 2º lugar: iluminação
- ◆ 3º lugar: atendimento
- ◆ 4º lugar: preço

As três formas de comunicação:

- ◆ Usar placas nas ruas e estradas para chamar e indicar a localização das lojas
- ◆ Usar pinturas em caminhões
- ◆ Usar placas dentro das lojas

Nunca esqueça

- ◆ Marca é o principal ativo das empresas
- ◆ Marca é poder
- ◆ Marca é fator de competição

decisiva

- ◆ Marca: posso fazer com ela o que quiser
- ◆ As empresas, como as pessoas, têm um rosto, uma "cara" pela qual são reconhecidas. Ouse! Pense grande! Trabalhe sua marca!
- ◆ As vitrines devem ser criativas. Trabalhe com visual impactante
- ◆ Público ideal é aquele que é fiel à marca
- ◆ Lojas de rua e de shopping são diferentes e devem ser trabalhadas com conceitos de comunicação diferenciados
- ◆ Consumo não é uma ação puramente racional. É muito mais uma atitude emocional



Norberto Bozzetti: a marca é tudo em um negócio, é a alma



Aproveitamento máximo, funcionalidade garantida

Quando tratamos de espaços comerciais devemos considerar que são locais que freqüentemente possuem um alto valor por metro quadrado e que cada centímetro deve ser bem aproveitado para reverter de forma positiva para o empreendimento. Os arquitetos Carlos Renato de Souza Santos e Alexandra Stasi Martini tiveram como desafio adaptar uma edificação em localização muito valorizada para uso de uma revenda de pneus.

Os maiores condicionantes do projeto foram a área bastante restrita para a função pretendida e a necessidade de restringir o investimento ao mínimo necessário, pois o imóvel é alugado. Para um melhor aproveitamento do espaço, sem a perda da funcionalidade foram utilizadas soluções criativas como o aproveitamento da edificação existente no terreno com inter-

venção em poucas paredes e complementação da área edificada com a construção de um anexo em estrutura metálica provido de mezanino para estoque.

A estrutura metálica foi utilizada devido a rapidez de execução e a capacidade de vencer grandes vãos sem apoios. Dessa forma a manobra dos veículos foi viabilizada. O aproveitamento da fachada de esquina para criar uma identidade de forte apelo visual, porém não poluída e de acordo com a marca franquizada é uma estratégia de forte apelo mercadológico. Outras soluções que atraem o público consumidor são as vagas de estacionamento rápido que facilitam o acesso dos clientes e a integração total da parte interna da oficina com a externa através de grandes portas metálicas de enrolar.

O projeto contempla, por-

tanto, pontos-chaves para um empreendimento bem-sucedido: localização estratégica, aproveitamento racional e maximizado do espaço físico, funcionalidade e identidade visual marcante e condizente com o produto.



www.cdlexias.com.br



O Lojista



Uma simples palavra pode mudar a sua vida

A Cooperativa de Crédito Sicredi Caxias do Sul é uma instituição parceira que orienta e apóia 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, a palavra-chave para o crescimento.



Caxias do Sul
Borges de Medeiros, 578 Fone: 3220.1200 sicredi@sicredicaxias.com.br

Seu maior patrimônio é o capital humano

Ao longo de mais de uma década propiciando treinamento e desenvolvimento de pessoas, observo que ainda poucos empresários acreditam e investem no seu maior patrimônio: seus colaboradores - "as pessoas". Quem acredita que investir em material humano é apenas uma questão de custo está redondamente enganado.

Quando o desenvolvimento de pessoas é permanente, o retorno é maior do que o esperado. Há algumas empresas que buscam ganhar prêmios, certificações, reconhecimento do mercado, etc. Mas, lamentavelmente, isto é pura jogada de marketing, pois é muito difícil manter-se no topo.

Mesmo as *Melhores Empresas para Trabalhar* querem crescer, mas não conseguem. O motivo não é o dólar nem os altos juros. É a falta de talentos. Existe muito amadorismo na gestão de pessoas. Não é raro um ótimo profissional contratado há um ano não servir mais para a empresa porque não se atualizou. Falta gente no mercado capaz de acompanhar a rapidez

das mudanças. Diante disto, há empresas engavetando projetos de crescimento por falta de profissionais qualificados.

Infelizmente, na crise ou dificuldade de mercado, o primeiro item a ser cortado é o investimento nas pessoas. Defendo que investir no desenvolvimento de pessoas requer, sim, altos custos, e o empresário não pode temer que não irá conseguir manter o funcionário que está altamente preparado.

Também percebo que há áreas de Recursos Humanos que não possuem sequer um orçamento para desenvolvimento de pessoas e tampouco participam do planejamento estratégico da empresa. Recursos Humanos que omitem de seus colegas de trabalho o que o mercado está oferecendo para atualização, seja um curso, seminário, workshop ou palestra. Preferem alegar que a empresa não proporciona ou já participou do programa proposto. Ora, isto é ignorância, será que os demais são alienados que não têm opi-



nião própria. Ou é a síntese: não interessa para mim, então nem para os outros.

Felizmente nem todos pensam negativamente. Existem excelentes empresários que acreditam na qualificação, participam e motivam seus funcionários. Essas são empresas de sucesso que merecem crescer mesmo na diversidade.

As empresas nascem e se desenvolvem em função das pessoas, e nunca serão maiores, nem mais poderosas, do que as pessoas que as representam.

João Altair de Souza Motta

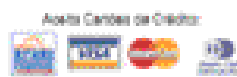
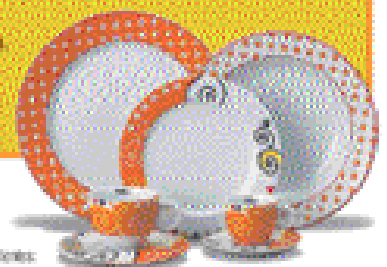
* Este espaço foi criado para que o associado possa manifestar sua opinião sobre os assuntos que considere importante. O associado interessado em participar desta seção deve entrar em contato pelo e-mail leitor@entercaxias.com.br ou pelo telefone (54) 3028.3894.



Para quem simplifica a vida todos os momentos são especiais.

Uma união de beleza e resistência vão compor sua cozinha. A linha de porcelanas Schmidt é perfeita para o seu dia-a-dia.

Na Porcelana & Cia você também encontra a linha profissional Schmidt.



Estacionamento para clientes (Grátis & Parking)

Pinheiro Machado, 2528 Fone/Fax: 54 3021.0044





SPC Brasil em **sintonia** com a CDL Caxias

Velocidade e preço. Sintonizada com o padrão de exigência e atualidade de seus associados, a CDL de Caxias do Sul começa a avaliar alternativas para disponibilizar modernidade efetiva. Dentro desse objetivo, há pouco mais de um mês, a CDL caxiense propôs ao SPC Brasil uma apresentação do menu de serviços voltados à agilidade e otimização das operações de análise de crédito de forma abrangente.

SPCCOM, SPC Teledigital e SPC Dados foram as novidades apresentadas por serem soluções mais ajustadas ao perfil funcional da CDL, na percepção da gerente de Negócios e Marketing do SPC Brasil, Ivanete Moura. "Essas soluções podem contribuir para alavancar os negócios da CDL e seus integrantes", analisa. "Toda a equipe da CDL tem visão atual de mercado e está empenhada em buscar produtos e serviços para beneficiar e fidelizar associados", ressalta Ivanete ao conceituar e destacar as conquistas possíveis com cada uma das novidades trazidas à cidade.

A Rede Corporativa de Comunicação do SPC Brasil, ou SPCCOM, está promovendo uma revolução no mercado. O sistema permite ao usuário, associado de CDL, reduzir em até 70% os custos das tarifas de interurbanos nacionais, e em até 90% no caso de ligações internacionais. As chamadas podem ser originadas a partir de qualquer aparelho telefônico: fixo, celular ou público. Cobra-se apenas pelo que foi utilizado. A possibilidade de redução de gastos com telefonia é o grande atrativo para os comerciantes, em função de se comunicarem com fornecedores e clientes em todo o país.

O SPC Teledigital é um grupo de três produtos.

Com o SPC Telemensagem Digital é possível enviar 40 mil mensagens de até 60 segundos cada para telefones fixos ou celulares em qualquer parte do país, diariamente. Com o SPC Teletorpedo Digital é possível enviar até 50 mil mensagens de texto a celulares em todo o território nacional. O SPC Telepesquisa Digital permite a realização diária de até 40 mil pesquisas de opinião por telefone (fixos ou celulares, de qualquer local do Brasil). As ferramentas são de fácil operação e permitem o acompanhamento dos resultados em tempo real, pela Internet.

O SPC Dados é um conjunto de produtos que padroniza e qualifica as informações constantes nas bases de dados das empresas. As ferramentas, a exemplo do SPC Padroniza, Agrega Documento e Validação de Documento, possibilitam a ampliação de ações estratégicas, em virtude de melhor conhecimento dos clientes.

Ivanete destaca que o SPC Brasil vem trabalhando incessantemente no desenvolvimento de soluções e serviços para as CDLs, tendo como meta ajudar a enriquecer os itens oferecidos aos associados. "O foco é buscar soluções qualificadas, que permitam às entidades atingir seu público com acurácia, criando estratégias voltadas à obtenção de resultados", completa.



Sua empresa é associada?

Os índices de inadimplência, cada vez mais crescentes, são uma das principais preocupações da CDL de Caxias, que investe constantemente em ferramentas que auxiliem o lojista a ter uma venda cada vez mais segura. Sensibilizar esse lojista quanto à importância de consultar o banco de dados SPC é um dos grandes desafios.

"Temos hoje em Caxias do Sul mais de 58 mil pessoas registradas SPC, o que representa um prejuízo de R\$ 20 milhões. Mesmo assim, há um número ainda muito grande de lojistas que vendem sem fazer a consulta ou que demoram a registrar o cliente inadimplente. Isso prejudica não só a ele, mas a todo o comércio", alerta o diretor do SPC Brasil, Pedrinho Ferrarini.

Sazonalidade

E como lidar com a inadimplência? Antes de mais nada é preciso conhecê-la bem, sabendo quais os fatores que a ocasionaram. A partir daí, deve-se utilizar práticas preven-

tivas, podendo desta forma controlá-la. No comércio, a inadimplência costuma aumentar nos três primeiros meses do ano, em decorrência das vendas de dezembro.

E é justamente nestes meses iniciais que também ocorre queda nas atividades destes setores empresariais, deixando assim muitos empresários em dificuldades. Assim, o empresário, ciente do aumento da inadimplência no período após as vendas natalinas, deverá ser mais rigoroso na concessão de financiamentos, parcelamentos e aceitação de cheques.

Uma prática é o encurtamento nos prazos de pagamento. Anteriormente o comércio trabalhava com planos de financiamento mais longos, hoje se trabalha com planos de no máximo três parcelas. É ideal também, no momento da concessão de crédito, identificar qual o grau de comprometimento da renda do consumidor, assim como o padrão de comportamento de seus pagamentos.

Treinamento gratuito aos associados

Para ajudar o associado a consultar corretamente as informações, a CDL Caxias está realizando o *Treinamento de Reciclagem*. No curso, gratuito, o associado ou a atendente de crediário irão aprender sobre os tipos de consulta, demonstrações de respostas, procedimentos de inclusão e exclusão SPC/cheque e os tipos de acesso para consulta/inclusão/exclusão. O curso acontece de segunda a sexta, das 8h30min às 10h, na CDL Caxias.

Fatores que levam à inadimplência:

- ◆ Dificuldades financeiras pessoais, que impossibilitam o cumprimento de obrigações;
- ◆ Desemprego;
- ◆ Falta de controle nos gastos;
- ◆ Compras para terceiros;
- ◆ Atraso de salário;
- ◆ Comprometimento de renda com outras despesas;
- ◆ Redução de renda;
- ◆ Doenças;
- ◆ Uso do dinheiro com outras compras;
- ◆ Má-fé.

Fatores que o lojista deve ficar atento:

- ◆ Sazonalidade, ou seja, épocas do ano a inadimplência é maior ou menor;
- ◆ Número de prestações em atraso;
- ◆ Valor médio das prestações em atraso;
- ◆ Tempo de abertura da conta corrente. Lembre-se que as contas abertas com menos de um ano têm maior índice de inadimplência.

Como o lojista pode se prevenir:

- ◆ Exigir a apresentação de documentos pessoais: RG e CPF, confirmando a assinatura;
- ◆ Não aceitar que o cliente diga o número do RG e CPF, mas sim solicitar a apresentação dos documentos na hora da compra à vista - quando paga com cheque - ou parcelada;
- ◆ Solicitar comprovante de residência: contas de água, luz, telefone, etc.;
- ◆ Requerer comprovante de renda: recibo de pagamento, declaração de imposto de renda, carteira de trabalho;
- ◆ Após esses procedimentos, efetuar a confirmação de dados do cliente por telefone fixo (confirmação de residência, de emprego ou de uma referência);
- ◆ Consultar o SPC;

◆ Quando se tratar de cliente antigo, atualizar sempre os dados cadastrais, mantendo a confirmação por telefone;

Mas, o lojista, mesmo utilizando-se dessas práticas para reduzir a inadimplência, ainda poderá ter problemas com consumidores inadimplentes. Portanto, deverá seguir algumas regras para a recuperação de seus créditos:

◆ **Cobrança Instantânea:** quanto mais rápida e eficaz a cobrança, menor será a dívida, portanto, deve ser iniciada com três ou 10 dias de atraso no pagamento, tornando mais eficaz a recuperação do crédito e reduzindo a inadimplência;

◆ **Cobrança Tradicional Prévia:** é aquela iniciada habitualmente após 30 dias de atraso no pagamento, por equipes treinadas para esse tipo de cobrança e que respeitem as normas contidas no Código de Defesa do Consumidor. Vejamos os procedimentos a seguir:

1º Passo: previamente se envia uma Carta de Cobrança com Aviso de Recebimento, informando que o cliente está em débito, dando a ele um prazo de cinco dias para que regularize o seu débito. As possibilidades de resultado são:

- ◆ surte efeito: o cliente regulariza a situação;
- ◆ não surte efeito: passe para o 2º passo.

2º Passo: posteriormente, notifica-se (com Aviso de Recebimento) ao devedor que seu nome será incluído no SPC. Feito isso, envia-se o documento ao SPC.

Obs: as cartas de cobrança ou notificação prévia são obrigatórias e estão previstas no Código de Defesa do Consumidor, e são efetivas via Correios, com aviso de recebimento.

Excelência, nosso objetivo. Imóveis, nosso negócio.

IMÓVEIS GONZATTO IMÓVEIS

Av. Júlio de Castilhos, 638, esq. 13 de maio

3025.4848 / 9909.4848

CRECI 22340J

A nova griffe do seu escritório

MIRANTI
móveis para escritório

Loja Exclusiva
Rua Sinimbu, 35 - Sala 01
Centro Comercial Imigrante
Fone 54 3219 5268
95020-000 - Caxias do Sul - RS
lojamiranti@miranti.com.br
www.miranti.com.br

Vista seu ambiente de bom gosto, beleza e praticidade. Móveis, cadeiras e divisórias com a assinatura e a qualidade Miranti! Confira.



"Meu sonho era ter uma loja"

Fotos Gilmar Gomes

De associado para associado

"O atendimento e a honestidade é tudo num negócio. A gente precisa gostar do que faz senão não adianta, não sai direito e é muito pior ficar forçando. Quando fazemos as coisas com amor e carinho tudo dá certo".

Dolci Maria Basso Corso



www.cdlicaxias.com.br

12 O Lojista



**PLANO TIM EMPRESA CONTROLE.
SUA EMPRESA SABE
EXATAMENTE QUANTO VAI PAGAR.**

Com o Plano TIM Empresa Controle, a empresa tem comando total sobre os gastos mensais de celular dos seus funcionários. É ela quem define o quanto se vai falar, de acordo com as

suas necessidades, e quanto quer pagar, com base nas suas projeções financeiras. **Plano TIM Empresa Controle. Não era exatamente isso que a sua empresa estava procurando?**



LIGUE 0800 741 0041 OU ACESSE WWW.TIM.COM.BR **Viver sem fronteiras**

*Apartheid zero custo, dependendo da rede contratada e do modelo escolhido. Aparelho concedido sob comodato de 24 meses, sujeito a multa em caso de rescisão antecipada. O plano exige a contratação mínima de 3 aparelhos e cobertura de 12 meses, sujeito a multa em caso de rescisão antecipada. O plano também exige o pagamento de futura parcela programada no dia de vencimento aplicável a partir das futuras parcelas do plano.

PLANO EM REAIS
Créditos válidos para todas as chamadas: locais, longa distância, torpedos ou acesso à internet através de WAP, GPRS e roaming.

ROLL OVER DE CRÉDITOS
Os créditos podem ser consumidos num prazo de até 90 dias.

APARELHO PODE SER SEM CUSTO*
O aparelho pode sair sem custo para o cliente, em regime de comodato.

Quem entra no número 255 da Rua Amábil César Vial no Jardim Eldorado se sente em casa. Comerciante há 20 anos, Dolci Maria Basso Corso, ao lado de suas oito funcionárias, recebem o cliente com um largo sorriso. Nos 450 metros quadrados da loja que inaugurou há pouco mais de um ano, se encontra de tudo: roupas masculinas, femininas, infantis e bebê, calçados, langes, cama, mesa e banho, acessórios, bazar, material escolar, brinquedos e artigos esportivos.

"Somos uma loja de bairro, por isso precisamos ter de tudo um pouco. O cliente precisa entrar aqui e encontrar o que precisa", explica a simpática e sempre sorridente proprietária, que aos 47 anos se enche de orgulho de ver a Dolci Modas, Calçados e Roupas crescer dia-a-dia e, o mais importante, conquistando novos clientes e mantendo os antigos, que, aliás, a acompanham desde o início, quando a pequena loja foi aberta na garagem da sua casa.

A história de Dolci se parece com a de muitos lojistas, que começaram com um pequeno comércio e, com muito esforço e persistência, viram seu negócio crescer. Depois de trabalhar por mais de seis anos como atendente na Ferragem Caxiense e na Óptica Pioner, Dolci criou coragem - aliás esse é um dos grandes predicados de qualquer pessoa que decide investir num negócio próprio - e comprou uma máquina para malhas. "Contei com a ajuda do meu cunhado e minha irmã. Como não tinha dinheiro, comecei pedindo mercadoria em condicional, e os bons relacionamentos me ajudaram muito. No verão produzia para as malharias do Centro e, no inverno, vendia direto para o consumidor", lembra.

Mas o sonho de Dolci era ter sua própria loja e, em 1986, ela começou a vender na garagem de casa algumas mercadorias. "Naquela época, não tinha nenhuma loja no bairro e as pessoas tinham de ir ao Centro", conta. Dois anos depois, a garagem ficou pequena e foi necessário ampliar o negócio para o quarto do casal e a sala, além de contratar uma ajudante. "Foi neste momento que começamos a demo-

lir a casa aos poucos, pois cinco anos depois desmanchamos tudo, construímos a loja no térreo e fizemos nossa casa em cima". E a pequena loja de 27 metros quadrados, se transformou sete anos depois em 180 metros quadrados, e hoje, está em espaçosos e bem planejados 450 metros quadrados. "Cheguei a ter duas lojas, uma no Eldorado e outra no Serrano, mas há seis anos vendi uma delas, porque não estava conseguindo me dedicar bem às duas".

Como o relacionamento é um dos pontos fortes do negócio, é a própria Dolci que renegocia algum pagamento em atraso. "Minha clientela é muito boa, e quando alguém tem um problema e não consegue cumprir o acertado, facilitamos, damos mais prazo. O importante é que no final eu e eles fiquemos satisfeitos. Afinal somos todos amigos". E para não correr riscos, Dolci faz a consulta ao SPC e tem uma assessoria de cobrança. "Nossa inadimplência gira em torno de 4%, e com a consulta ao SPC me sinto mais segura na hora da venda".

Vinte anos depois, os cerca de 30 clientes se transformaram em mais de 3,3 mil, são oito funcionárias, e o mix não pára de crescer. E a Dolci? "A Dolci continua a mesma", responde com um largo sorriso.



A loja Dolci emprega hoje oito funcionárias e tem em sua carteira mais de 3,3 mil clientes

O Lojista

Primeiro escritório de advocacia do Brasil com certificação NRB ISO 9001:2000



Direito Civil, Empresarial, Tributário e Trabalhista

Rua Os 18 do Forte, 1110, 6º andar, Caxias do Sul - RS - Fone: (54) 3228.5859
www.martinspolidoro.com.br - e-mail: advogados@martinspolidoro.com.br



Fique de bem com VOCÊ



A pressa de tempos velozes, a necessidade quase imposta de que é preciso estar diariamente atualizado, de vencer a qualquer custo, faz com que as pessoas aumentem cada vez mais o seu número de tarefas. Esse estresse do dia-a-dia na busca constante por resultados faz com que cada vez menos as pessoas reservem tempo para a qualidade de vida, para a família e para os amigos.

Qualidade de vida é mais do que ter uma boa saúde física ou mental. É estar de bem com você mesmo, com a vida, com as pessoas, enfim, estar em equilíbrio. Isso pressupõe hábitos saudáveis, cuidados com o corpo, atenção para a qualidade dos seus relacionamentos, balanço entre vida pessoal e profissional, tempo para lazer, saúde espiritual... Ser competente na gestão da própria saúde deve fazer parte das suas prioridades.

O Lojista em Revista convida você a adotar novas atitudes que podem ajudar a melhorar sua qualidade de vida do ponto de vista psicológico e afetivo. Esteja atento às sugestões de posturas e perspectivas dos acontecimentos no seu cotidiano e veja o que pode ser adquirido de forma definitiva em sua vida:



1) Respire fundo ao ar livre várias vezes ao levantar pela manhã e durante o dia. Evite ficar muitas horas onde não há ar circulante.

2) Tome sol pelo menos uns 15 minutos pela manhã, antes das 9 horas, ou à tarde, após 16 horas.

3) Evite fumo, bebidas alcoólicas, café e outras bebidas que contenham cafeína. Seja temperante, usando com moderação o que é saudável e evitando o que não é saudável.

4) Durma de 7 a 9 horas por noite, evitando deitar após as 23h. Para dormir melhor evite se alimentar perto da hora de deitar, assistir à programação de TV ou ler sobre assuntos violentos. Não se concentre na dificuldade para dormir. Relaxe e diga para si mesmo: vou deitar e quando vier o sono, dormirei.

5) Exercite-se diariamente. Caminhar é o melhor! Se não está acostumado, comece a caminhar em passos firmes o que puder cada dia, aumentando até chegar a uma hora por dia. Se preferir, ande de bicicleta ou pratique natação. O importante é o exercício ser feito com constância (no mínimo 3

vezes por semana).

6) Coma alimentos simples, naturais, preparados da maneira mais simples possível. Evite gorduras especialmente de origem animal. Evite açúcar e frituras. Coma muita fruta, verdura, legume, cereal integral. Cozinhe com menos óleo e sal possível. No almoço coma também algo cru. Varie cada semana o tipo de alimento. Evite enlatados e industrializados.

7) Beba de 6 a 8 copos de água por dia, fora das refeições, mesmo se não sentir sede. Comece com um ou dois em jejum ao acordar. Tome banho com água agradável, esfregando bem o corpo com uma bucha para ativar a circulação.

8) Tudo o que você pensa, influi no que sente e faz. Então, cultive pensamentos positivos, de confiança, de esperança, não permitindo que fiquem em sua mente pensamentos negativos, os quais produzirão sentimentos negativos se não forem repelidos. Perdoe a si mesmo pelas suas falhas. Perdoe as pessoas pelas falhas delas. Pense no que você pode fazer de útil para outros, e faça.

Fonte: BemStar



Luiz Chaves



Programa Empreender

Para auxiliar ainda mais o desenvolvimento do comércio e dos prestadores de serviços, a CDL, em conjunto com o Sindilojas e Sebrae, assinou com a Prefeitura de Caxias do Sul um convênio para a implantação do Programa Empreender no Município. A iniciativa prevê a promoção do associativismo e desenvolvimento empresarial por meio da organização de micro e pequenas empresas em Núcleos Setoriais.

Pelo convênio, cabe ao Sebrae promover ações integradas com as entidades parceiras, objetivando o atendimento das necessidades da região, acompanhar, dar suporte técnico e avaliar as ações realizadas, bem como gerenciar os recursos repassados pela Prefeitura, que são da ordem de R\$ 25 mil. Já a CDL e o Sindilojas indicam pessoas que conduzirão o projeto e darão suporte logístico necessário aos Núcleos Setoriais.

Por meio destes Núcleos, empresas do mesmo segmento podem entrar em contato direto com outras, buscando soluções comuns para questões mais complexas. A intenção é formar três Núcleos Setoriais em Caxias, um a cada semestre, somando cerca de 30 empresas.

Campanha de Trânsito

A CDL Jovem promove de 27 de outubro a 5 de novembro a terceira edição da *Campanha Não Quero Morrer no Trânsito*. Além das tradicionais ações, como a exposição de carros acidentados, simulação de resgate e blitz orientativas, a campanha deste ano trará algumas novidades como um show de abertura no Centro de Convivência da UCS, a partir das 22h, e o projeto City Tur, onde integrantes da CDL Jovem percorrerão com um carro acidentado vários pontos de encontros de jovens distribuindo panfletos e

adesivos. As ações irão acontecer durante o dia e à noite.

O principal objetivo da campanha é conscientizar os jovens de que devem dirigir com responsabilidade, para que não coloquem em risco suas próprias vidas e das pessoas que estão à sua volta. O público-alvo são jovens de 18 a 35 anos que correspondem ao maior número de vítimas, em sua maioria ocasionados por: excesso de autoconfiança; consumo de bebidas alcoólicas; necessidade de auto-afirmação; imprudência e negligência.

Jantar com a imprensa

Para se aproximar da mídia e agradecer o apoio da imprensa aos projetos desenvolvidos pela entidade, a CDL de Caxias realizou no dia 11 de agosto um jantar de confraternização no Palácio do Comércio. Para deixar o ambiente mais descontraído, o músico Jota Júnior animou os jornalistas e os diretores da entidade que participaram do encontro.

"O bom relacionamento sempre foi uma preocupação da nossa diretoria. E, neste mês que completamos um ano à frente da entidade, sendo reeleitos por mais uma ano, nos vimos na obrigação de agradecer aos profissionais que sempre apoiaram o nosso trabalho", destacou o presidente da CDL Caxias, Milton Corlatti.

CDL Caxias



O Lojista



Esta Aliança
Faz muito por Você



Rua Coronel Flores, 376
Fone/Fax: 54 3223-3369
www.topdown.inf.br





Encontros Empresariais

Com a realização, no último mês do oitavo Encontro Empresarial no bairro Santa Catarina, a CDL de Caxias do Sul atingiu um público superior a 1,5 mil pessoas. As reuniões itinerantes tem se consolidado numa das melhores ferramentas de relacionamento da entidade com seus associados e comerciantes. Em

CDL Caxias



setembro, a reunião itinerante acontece no bairro Pio X.

Promovidos desde outubro do ano passado em diferentes regiões da cidade, os encontros 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.

Obs: os bairros interessados em receber os Encontros Empresariais devem entrar em contato com Silvio Munaretto no Departamento de Relações Públicas da CDL pelo telefone (54) 3209.9977.

Solidariedade nos 40 anos da CDL

Cerca de 3 mil quilos de alimentos arrecadados. Esse foi o resultado do show com a maior banda cover dos Beatles que comemorou os 40 anos da CDL Caxias. As doações foram entregues ao Banco de Alimentos e beneficiou milhares de pessoas. A festa ao ritmo do The Beats e aberta à comunidade integrou a 37ª Convenção Estadual Lojista, o 36º Seminário Estadual de Serviços de Proteção ao Crédito (SPCs) e o 7º Encontro Estadual de CDL Jovem que aconteceu em julho em Caxias e foi realizado pela CDL e pela FCDL-RS.

FCDL - RS



Reunião aberta

Estar atento aos problemas do comércio e reivindicar melhorias são um dos principais trabalhos realizados pela CDL. E para buscar uma aproximação ainda maior com a comunidade, a entidade realiza uma vez por mês uma reunião-almoço aberta, onde são convidadas pessoas que possam contribuir para o crescimento do comércio.

O secretário dos Transportes e Mobilidade Urbana, Jorge Spinelli Dutra, foi um dos convidados para esses encontros. Acompanhe os assuntos que foram tratados neste dia:

- ◆ Abaixo-assinado para abertura da Av. Júlio de Castilhos nos finais de semana;
- ◆ Cargas e descargas de materiais na Av. Júlio de Castilhos;
- ◆ Definição de locais das paradas dos táxis-lotações;
- ◆ Sincronização dos semáforos;
- ◆ Implantação de cordões de calçadas pintados com cor diferente em locais destinados ao estacionamento rotativo pago para melhor visualização dos turistas e mais placas explicativas;
- ◆ Impressão de informações no ticket do estacionamento rotativo pago e exposição nos parquímetros evidenciando qual é a finalidade ou o destino da arrecadação financeira dos mesmos para melhor entendimento da população;
- ◆ Análise do tráfego nas redondezas do Hospital Medianeira (Bairro Jardim Margarida), nas redondezas dos prédios do Credi 100 (Bairro Nossa Sra. de Lourdes) e no acesso ao Bairro Desvio Rizzo;
- ◆ Problemas de sinalização e equipamentos no acesso ao Aeroporto Municipal;
- ◆ Empobrecimento do centro da cidade.

Quer gerenciar melhor sua loja?

VENDABEM

Sistemas para Gestão e Automação Comercial

VendaBem Informática Ltda.

Rua Angelo Chiarello, 2709 - Caxias do Sul - RS

Fone: (54) 3223 7701 - E-mail: vendabem@vendabem.inf.br

- 15 anos de experiência na informatização de Lojas
- Utilizado e aprovado em centenas de estabelecimentos
- Alto desempenho e confiabilidade
- Funciona em Linux
- Custo zero em licença de Sistema Operacional
- Reaproveitamento de computadores antigos
- Possibilidade de funcionamento com Filiais On-Line



Gestão até 2007

A diretoria presidida por Milton Corlatti foi reeleita por mais um ano. Durante a Assembléia Ordinária que confirmou a permanência da atual diretoria, foi feita a prestação de contas do primeiro ano de trabalhos e a apresentação das principais ações desenvolvidas neste primeiro ano da gestão Corlatti, entre elas a criação dos Encontros Empresariais, a realização da Convenção Estadual Lojista, a comemoração dos 40 anos da entidade, a implantação do novo software, o Liquida Caxias e o Natal Caxias.

Liquida Caxias 2007

O Departamento de Ensino da CDL Caxias já está preparando os lojistas para a campanha Liquida Caxias 2007. Nos dias 21 de setembro e 19 de outubro acontece a palestra "Aumente suas vendas e seu lucro com promoções". Além disso, está programado para o mês de novembro o curso "Estratégias para melhor aproveitamento das promoções", que tem a finalidade de capacitar os lojistas a alcançarem melhores resultados com as promoções.

Fique por dentro dos convênios e serviços

◆ **Claro** - Foi prorrogado por mais alguns dias a mensalidade reduzida de R\$ 9,45 para os modelos Simens A65 e Sony Ericson T290. O Nokia 6020 permanece a mensalidade de R\$ 15,45.

◆ **Unimed** - Os associados que possuem plano de saúde precisam recadastrar seus dados até o dia 20 de outubro. O recadastramento pode ser feito pelos telefones (54) 3209.9967 ou 3209.9968, ou na própria CDL - 4º andar do Palácio do Comércio.

◆ **URA** - Unidade de Resposta Audível - Com a URA o associado tem

acesso aos serviços do SPC 24 horas por dia, inclusive aos sábados, domingos e feriados. O sistema é similar ao tele-saldo e está integrado ao Banco de Dados do SPC. Outra vantagem é que a consulta via URA é mais barata se comparada às efetuadas via atendente.

◆ **CDL Empregos** - O Departamento de Empregos da CDL disponibiliza aos seus associados assessoria em recrutamento e seleção de funcionários. Para isso, possui um banco de dados de candidatos já selecionados pelo departamento. Atualmente, a entidade está agendando horá-

rios com os candidatos munidos de currículo profissional. Informações pelo telefone (54) 3209.9979.

◆ **Concentre** - As empresas associadas a qualquer um dos departamentos da CDL poderão usufruir do convênio Concentre efetuado com o Serasa. Trata-se de consultas de pessoas jurídicas com informações simultâneas de cheques, títulos protestados e execuções. Somente são pagas as informações solicitadas, sem adicional de mensalidade ou qualquer outro valor. A consulta é efetuada diretamente pelo associado.

O Lojista



CRISTO REDENTOR
CAPELAS



FORMOLO PREVISORA E
CORRETORA DE SEGUROS LTDA.

Planos de Assistência Funeral.

*Adquira um de nossos planos e deixe
tranquilo quem você mais ama.*

Com o seu cartão de associado Cristo Redentor em mãos você terá um desconto especial em toda a rede de Postos Di Trento, nosso mais novo parceiro.

Maiores informações: (54) 3225.5190 e (54) 3225.1011 - formolo@formolo.com
Rua 20 de Setembro, 3230 - B. São Pelegrino - 95020-450 - Caxias do Sul - RS



O Paradoxo da Excelência

Em um mercado competitivo, as empresas empenham-se para cativar cada vez mais seus clientes. Porém, maiores níveis de excelência e qualidade geram, por sua vez, maiores expectativas por parte dos clientes; no entanto, quanto melhor o desempenho, mais ele passa despercebido - e este é o paradoxo que os autores analisam nesta obra, dividida em duas partes: na primeira, com uma divertida parábola, vemos o paradoxo em ação. Na segunda parte, os autores nos oferecem ferramentas para auto-avaliação e modificação de padrões.

Indicação da CDL Ensino

Reprodução



O Paradoxo da Excelência

Autores David Mosby e Michael Weissman
Editora Campus
160 págs.
Edição agosto/2006

Dica do associado

Gilmar Gomes



No *Mundo de Sofia*, Joestein Gaarder relata de forma simples e organizada, a evolução da história da filosofia ocidental. Faz com que reflitamos que, mesmo depois de tantos pensadores, filósofos, economistas, biólogos, psicólogos, monges, profetas e outros mais, ainda continuamos a nos perguntar: Quem somos? Haverá um destino traçado? Ou simplesmente vamos fazendo parte desta história?

Uma certeza, porém, teremos ao final da leitura: é através das experiências históricas que vamos encontrando as soluções para as questões que hoje nos preocupam. A perfeita forma que Jostein encontra para desenvolver esta análise é que encanta: explicar a história da filosofia ocidental, incluindo Deus-homem-sociedade-estado-universo, por meio de cartas anônimas a uma menina que completará 15 anos, vai fazer você ler o livro mais de uma vez.

Marí Lúcia Pavan,
empresa Lojas Guarani

Você sabia? Além dos cursos, a CDL Ensino coloca à disposição de seus associados uma biblioteca com um acervo de 1,6 mil livros nas áreas de marketing, recursos humanos, administração, psicologia e literatura. Também estão disponíveis mais de 250 fitas VHS com temas como atendimento, motivação, liderança, crédito e cobrança, vendas e financeiro. Informações com a Karina pelo (54) 3209.9966.

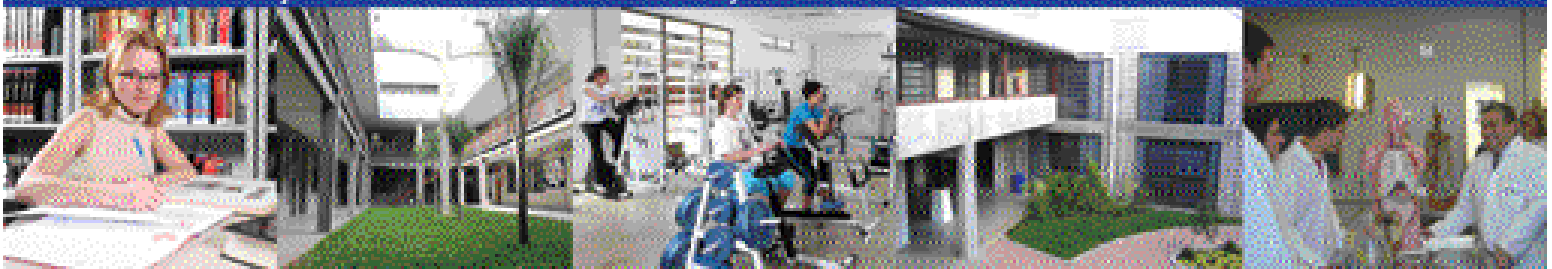
EDUCAÇÃO, CULTURA E CONHECIMENTO.

Sustentada pela responsabilidade com o futuro, a missão de produzir conhecimento é a base de tudo aquilo que a FSG considera como principal objetivo: promover e compartilhar Educação, Cultura e Conhecimento a todas as gerações, com competência, criatividade e emoção, ajudando a formar profissionais completos e aptos a enfrentar o mercado de trabalho. Venha você também fazer parte da FSG.

Educação Física
Reconhecido com
Conceito Máximo
pelo MEC

FSG
Faculdade da Serra Gaúcha

• GRADUAÇÃO • PÓS-GRADUAÇÃO • EXTENSÃO • IDIOMAS



Rua Os Dezoito do Forte, 2366 - Fone (54) 2101.6000 - www.fsg.br

2 a 5 de outubro

▶ **Liderança: A arte de administrar sentimentos - Módulo I****

▶ **Objetivo:** sugere a análise e reflexão sobre a delicada arte de liderar. Partindo do pressuposto que o líder eficaz é capaz de, primeiramente, liderar a si mesmo. Oportunizar a auto-análise e o auto-desenvolvimento dos participantes.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **A:** R\$ 155,00 **N-A:** R\$ 185,00

2 a 5 de outubro

▶ **Venda mais para os mesmos clientes - Marketing de relacionamento**

▶ **Objetivo:** sensibilizar os empresários de melhorar a retenção de clientes, evitando a evasão e diminuindo a perda de clientes rentáveis. Aumentando a lucratividade e reduzindo custos através de ações diretas.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min.

▶ **A:** R\$130,00 **N-A:** R\$ 155,00

9 de outubro

▶ **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

▶ **A:** R\$ 30,00 **N-A:** R\$ 40,00

10 de outubro

▶ **Excelência na liderança***

▶ **Objetivo:** refletir sobre a liderança e seus papéis, objetivando motivar o grupo de trabalho da própria tarefa e do clima organizacional favorável.

▶ **Horário:** 8h30min às 11h30min

▶ **A:** R\$ 30,00 **N-A:** R\$ 40,00

16 a 20 de outubro

▶ **Dicção, desinibição e oratória: Técnicas de apresentação**

▶ **Objetivo:** preparar o participante para falar em público, vencendo ansiedade e o medo.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **A:** R\$ 140,00 **N-A:** R\$ 170,00

19 de outubro

▶ **Aumente suas vendas e seu lucro com promoções****

▶ **Objetivo:** capacitar os lojistas a terem melhores resultados com as promoções.

▶ **Horário:** 20h

▶ **Um quilo de alimento não-perecível**

23, 24 e 30, 31 de outubro

▶ **Telemarketing: A chave para o sucesso**

▶ **Objetivo:** ensinar técnicas corretas para usar ao telefone e desenvolver as habilidades pessoais necessárias para prestar ao cliente o melhor atendimento.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **A:** R\$125,00 **N-A:** R\$ 155,00

6 a 9 de novembro

▶ **Orientando ou enlouquecendo equipes - Módulo II ****

▶ **Objetivo:** Oportunizar a reflexão sobre as relações interpessoais, seus mitos, verdades e dificuldades.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **A:** R\$ 155,00 **N-A:** R\$ 185,00

6 a 10 de novembro

▶ **Prospecção e fidelização de clientes**

▶ **Objetivo:** aumentar a lucratividade das empresas, com excelência no atendimento e encantamento do cliente.

▶ **Horário:** 19h30min às 22h30min

▶ **A:** R\$ 115,00 **N-A:** R\$ 140,00

13 de novembro

▶ **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.

▶ **A:** R\$ 30,00 **N-A:** R\$ 40,00

14 de novembro

▶ **Excelência na liderança***

▶ **Objetivo:** refletir sobre a liderança e seus papéis, objetivando motivar o grupo de trabalho da própria tarefa e do clima organizacional favorável.

▶ **Horário:** 8h30min às 11h30min

▶ **A:** R\$ 30,00 **N-A:** R\$ 40,00

22 e 23 de novembro

▶ **Estratégias para melhor aproveitamento das promoções**

▶ **Objetivo:** capacitar os lojistas a terem melhores resultados com as promoções.

▶ **Horário:** 20h

▶ **A:** R\$ 80,00 **N-A:** R\$ 100,00

**A: Associado (CDL, Acomac, Microemp e Sindigêneros)
N-A: Não-Associado**

Ao se inscrever em um dos cursos o participante recebe um exemplar do livro Atendimento Total, do autor César Augusto Verdi.

* Será realizado o sorteio para um participante; ** Não receberá o livro Atendimento Total.

Informações e Inscrições:

Fones: (54) 3209.9970 com Vânia ou (54) 3209.9966 com Jaqueline – cdlsensino@cdlcaxias.com.br



CABELEIREIRA

- ✓ Mega hair
- ✓ Interlace
- ✓ Mechas
- ✓ Escova definitiva
- ✓ Podologia

Rua: Os 18 do Forte, 1420 - Centro - Caxias do Sul
Fone/Fax: (54) 3223.8135 ou
(54) 3225.2444
www.izacabeleireira.com.br



Modeladores Yoga

Emagrecimento, Gordura Localizada, Celulite e Flacidez, Circulação Sangüinea, Coluna, Hérnia, Gestação, Pós Parte, Cirurgias plásticas e em geral



25 ANOS provocando mudanças visíveis no corpo

Bento Gonçalves, 1624/05 - 54 3028 6808
Sinimbu, 2400/02 São Pelegrino - 54 3025 6245 ou 3215 4079

Claro Empresas. É a tecnologia da Claro trazendo economia e agilidade para a sua empresa.

Claro Direto: a agilidade da comunicação garantida com a cobertura GSM da Claro.

- Facilidade operar: para iniciar a conversa, você precisa apenas pressionar um botão.
- Vantagem para a sua empresa: reduzir o custo de produtividade dos seus equipes e profissionais de campo. É indicado para empresas das mais diversas áreas.
- Cobertura: você se comunica com outro Claro Direto em toda a área de cobertura GSM da Claro no Brasil sem pagar interurbano.

Claro Cados: a transmissão de dados da Claro, para aumentar a produtividade e facilitar o seu dia-a-dia. Permite que os usuários estejam sempre on-line, recebendo e transmitindo informações da forma mais rápida com o laptop ou diretamente pelo celular.

GPRS: permite acessar e-mail, extranet, Internet e, ainda, navegar pela web, com a vantagem da mobilidade do celular e de estar sempre conectado.

EDGE: acesso à internet e e-mail pelo celular com mais velocidade. A tecnologia EDGE facilita, também, o acesso a soluções desenvolvidas especificamente para a sua empresa.



Agende sua visita pelo telefone (54) 3209.9977 ou envie e-mail para convenios@cdlcoxias.com.br
Serviços específicos para pessoa jurídica. Para mais informações, acesse www.claro.com.br ou ligue 1002.