

PANORAMA

CONTEÚDO PARA VOCÊ > INFORMAÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO

Revista CDL Caxias do Sul | 4ª edição de 2018 | Ano 10 | Nº 47

 **CDL**
Caxias do Sul

 **SPC**
BRASIL



TRÊS RITOS PARA **CELEBRAR** O NATAL DE CAXIAS

Presentear, Celebrar e Doar são as ações que inspiram a campanha deste ano da CDL Caxias

FALA, PRESIDENTE



IVONEI MIGUEL PIONER

Presidente CDL Caxias do Sul

Presentear é a materialização dos nossos sentimentos de gratidão, apreço, amor e tudo o que de bom envolve as relações humanas. Presentear é também a satisfação de demonstrar a quem nos é valioso, inclusive nós mesmos, a sua importância. É com esse sentimento de celebração e doação que a CDL Caxias desenvolveu a campanha do Natal deste ano, que já está sendo ambientada nas ruas e pontos de vendas da cidade.

O ano que em breve termina mostrou-se bastante desafiador para as operações do comércio varejista devido ao cenário da instabilidade econômica brasileira. A CDL Caxias desenvolveu diversas ações e parcerias com o objetivo de fornecer aos nossos associados condições de encarar as dificuldades com cautela mas, ao mesmo tempo, com criatividade e inovação. Pesquisas temáticas de mercado, palestras, cursos, workshops, enfim, uma série de eventos que sem dúvida alavancaram, dentro da realidade da nossa cidade e região, as vendas e novas vagas de trabalho. Em momento algum deixamos de acreditar e apostar na retomada.

A revista que chega agora às suas mãos registra algumas das ações realizadas nos últimos meses e também oferece conteúdo com especialistas que nos apontam as tendências de mercado para os próximos anos, a maioria delas relacionada diretamente à tecnologia. A CDL Caxias está atenta às transformações que estamos vivendo e esta edição da Panorama revela essa realidade.

Elencamos, no entanto, a nossa campanha de Natal para a matéria principal. Nossa intenção, com isso, não é apenas incrementar as vendas nessa reta final de ano. Uma campanha do porte da que estamos desenvolvendo só tem sentido real, valor e sucesso quando é feita para um todo, para muitos, que abraçam esta visão colaborativa e associativa. Nossa intenção maior é celebrar o real sentido do Natal, de amor e solidariedade, para juntos construirmos.

Feliz Natal e
próspero Ano Novo!

“Presentear é a materialização dos nossos sentimentos de gratidão, apreço, amor e tudo o que de bom envolve as relações humanas”.

PANORAMA

CONTEÚDO PARA VOCÊ › INFORMAÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO

CDL
Caxias do Sul
compartilhando crescimento

OUTUBRO 2018

05

PERFIL

Marcos Piangers



08

ENTREVISTA

Martha Gabriel



10

CAPA

14

SPC

Um olho no site, outro na loja



16

PANORAMA DE MERCADO

e a análise do Núcleo de Informações de Mercado da CDL

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 de Relacionamento: Rui Alberto Cassina

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

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

CDL Jovem

Presidente: Esequiel Andreazza - Vice-Presidente de Responsabilidade Social: Aline Retore - Vice-Presidente de Eventos: Caroline Dalcin - Vice-Presidente Administrativa: Alanna Slomp

Diretoria Convidada

Gestão e Qualidade: Lucas Generosi, Afonso Celso Chaves, Lucélia Moraes de Lima e Catiúcia Zafalon - Recursos Humanos: Elizete Denise Isoton e Ilda Pegoraro Fedrizzi - Capacitação: Carmem Dalcin e Jaqueline Kuver - Comunica-

ção: Fernando Bertotto e Roberta Guazelli Rech - Turismo e Cultura: Ainara Comerlato Costa, Rodrigo Ramos Paglioli, Claudia Regina Sassi e Rubia Frizzo - Pesquisa, Informação e TI: Eduardo Colombo - Segurança e Sustentabilidade: Jackson Campani e Vitor de Carvalho Responsabilidade Social: Renato Luis Fedrizzi, Valmor Concatto e Valtuir Rizzo - Benefícios e SPC: Lakchmi Posser, Micael Canuto, Estanislau Pozzebon, José Quadros dos Santos, Carlos Samuel Freire de Oliveira, Luciana Monarretto e Mateus Formolo

Representantes Junto aos Conselhos Municipais:

CESPC - Conselho Estadual de SPC: Ivonei Miguel Pioner - CIC - Conselho Sindical: Ivonei Miguel Pioner - CMDS - Conselho Municipal de Defesa e Segurança: Jackson Campani/Vitor de Carvalho - CMTT - Conselho Municipal de Trânsito e Transporte: Margarete Tomasini Bender/Ivonei Miguel Pioner - COMDICA - Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente: Sérgio Formolo/Moacir Basso - COMEC - Comissão Municipal de Análise do Impacto Econômico Sobre o Empreendimentos de Comércio e Serviço: Ivonei Miguel Pioner - COMSEPLAN - Conselho Municipal de Planejamento e Gestão Territorial: Fernando Gonçalves Reis/Esequiel Andreazza - COMTCNA - Comissão Técnico Administrativa - Secretaria do Meio Ambiente: Mateus Formolo - COMTUR - Conselho Municipal do Turismo: Ainara Comerlato Costa/Rodrigo Ramos Paglioli - CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas: Ivonei Miguel Pioner - CONSEPRO/MOCOVI: Jackson Campani - Festa Nacional da Uva - Conselho Deliberativo: Ivonei Miguel Pioner - Fundação Caxias - Con-

selho Deliberativo: Renato Luis Fedrizzi - MOBI: Turismo: Milton Corlati / Infraestrutura: Fernando Gonçalves Reis / Atracção de investimentos: Ivonei Pioner - Parceiros Voluntários - Conselho Deliberativo: 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 - Comissão de Desenvolvimento de Caxias do Sul - CO-DEM Caxias: 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 - CDEF-CO: Claudia Sassi e Rubia Frizzo - VIII Semana Municipal do Empreendedorismo: Bruno Moraes (CDL Jovem).

Outras Representações

Assessoria Técnica Estadual/SPC: Rita de Cássia Pereira

Coordenação Editorial

Diretor Fernando Bertotto, 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: Grafilme

Tiragem: 4.800 exemplares

foto capa: Sias Abreu / Fotos; Julio Cordano / Assessoria Martha Gabriel

PARA LER, VER E OUVIR



Boa música na reta final do ano

"Sem a música, a vida seria um erro". A frase do filósofo alemão Friedrich Nietzsche (1844-1900) resume muito da importância que as pessoas dão à música. Por isso, nesta edição de final de ano da Panorama, resolvemos sugerir que você ouça mais música através de playlists especiais, que você pode encontrar em sites especializados, com tudo já prontinho pra você.

Por exemplo, o www.superplayer.fm. Ali há dicas de músicas para várias ocasiões, como as sugestivas "janelas" Só Climinha Bom (para curtir, relaxar sozinho ou com os amigos), Livros e Jazz (com canções para acompanhar leituras), DNA Brasil (com as novidades da boa música nacional), Só as Tops (com os maiores hits internacionais) e por aí vai. Dê o play e transcorra a reta final de 2018 com canções de qualidade.



▶ **A trajetória da humanidade (e a sua) ao longo do tempo**
Em *Sapiens: Uma breve história da humanidade*, o escritor israelense Yuval Noah Harari, doutor em História pela Universidade de Oxford, questiona tudo o que sabemos, até agora, a respeito do universo. A obra relata a extensa caminhada da espécie humana ao longo dos anos: como, e quando, deixamos de ser primatas e nos tornamos os "senhores" do mundo? O livro é um relato sociológico, antropológico, econômico e evolutivo da nossa espécie. Muito bom para pensar, nessa época do ano, sobre o nosso papel na sociedade. (Editora L&PM).



O Expresso Polar, de Robert Zemeckis

A dica desta edição não é nenhum lançamento, mas é obra de se rever a cada véspera de Natal. O *Expresso Polar*, filme de animação digital dirigido por Robert Zemeckis (*De Volta Para o Futuro* e *Forrest Gump*), narra a história de um garoto que embarca em uma aventura mágica para o Polo Norte num trem chamado *Expresso Polar*. A trama se passa na noite de Natal, no final da década de 1950, e aborda temas como amizade, coragem e espírito natalino. O *Expresso Polar* foi listado no Guinness Book de 2006 como o primeiro filme com captura completamente digital, além de ser também o primeiro a ser lançado simultaneamente em IMAX 3D.

em ALTA

MENOS STRESS, MAIS FELICIDADE

O modo de pensar que o blogueiro texano Mark Manson, 33 anos, compartilha: praticamente nada do que nos preocupa merece a atenção que dispensamos. Quando entramos em conflito com alguém, consumimos boa parte da nossa energia com aborrecimentos e pensamentos negativos. "Se conseguirmos não dar a mínima para quase tudo isso, seremos muito mais felizes", ensina Manson.

em BAIXA

AS EXPECTATIVAS DE CRESCIMENTO DO BRASIL para 2018 não se tornaram realidade. A economia não deslançou. Sejam locais ou nacionais, as pesquisas e análises periódicas verificadas por economistas e entidades de classe mostraram que de forma geral indústria, comércio e serviços ainda não estabilizaram desde o início da crise, em 2015. Os impostos, esses sim, subiram. E o preço dos combustíveis. Está à prova o poder de resiliência do brasileiro para 2019!

Sob o olhar sensível de um pai de família

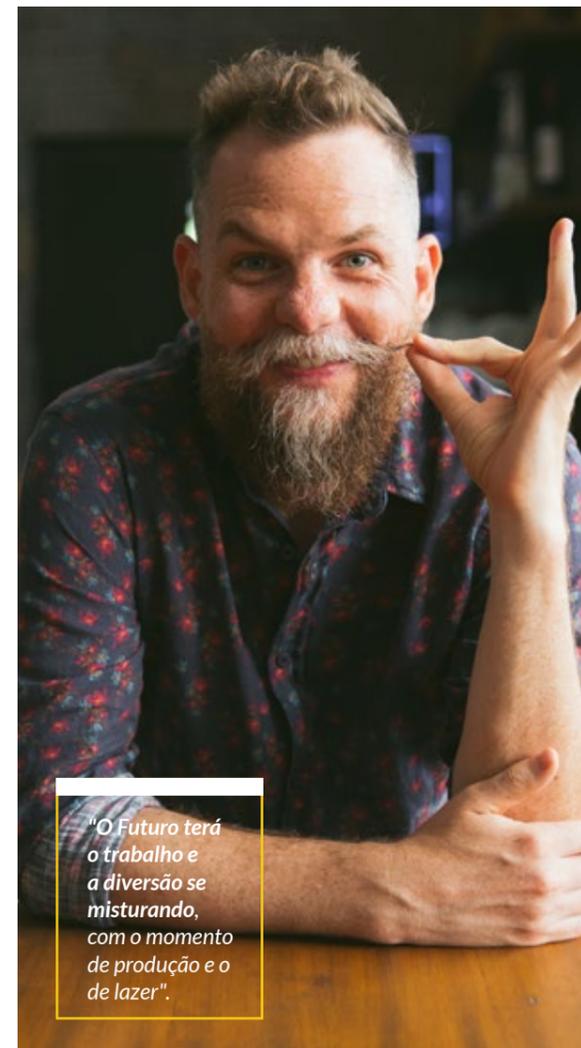
Marcos Piangers empresta ao mundo corporativo os valores que divide com a família

Marcos Piangers praticamente dispensa apresentações maiores. O pai de Anita e Aurora é hoje especialista em novas tecnologias, criatividade, inovação e uma das maiores referências sobre paternidade do país. O autor do best seller *O Papai é Pop*, com mais de 250 mil cópias vendidas e lançado em Portugal, Espanha, Inglaterra e EUA, já palestrou três vezes na TED, maior conferência de ideias do mundo, e dezenas de vezes em eventos e em empresas nacionais. Tem 3,2 milhões de fãs no Facebook, onde seus vídeos já ultrapassaram a marca de 300 milhões de views.

Todo esse reconhecimento é muito atribuído à visão certeira de Piangers no que se refere a ser um agente transformador do ponto de vista educacional. Para ele, que esteve em Caxias no final de outubro a convite da CDL participando do Talk Gestão, a transformação na sociedade nos coloca numa posição de ter de participar mais e estar mais perto da família, principalmente dos filhos. E para quem tem filhos pequenos, então, essa proposta ganha ainda mais significado. "O mundo infantil é de uma criatividade genial, de percepção e imaginação do que existe ao seu redor, e o que o seu redor pode ser. Todas essas características e qualidades do olhar infantil são o que o adulto deveria ou manter ou desenvolver para, com o passar do tempo, executá-las no meio corporativo, empresarial. No momento em que você é um profissional que tem capacidade de imaginação, de olhar ao redor, de exercitar a criatividade com um olhar infantil, tem mais chances de ser um profissional inovador", destacou Piangers em um bate-papo com a Revista Panorama.

Inovação e criatividade são assuntos que esse comunicador domina muito bem, o que o leva a detectar algumas tendências de um futuro próximo. "Para mim está bem claro que o futuro terá o trabalho e a diversão se misturando. A maioria das profissões dos próximos dez anos ainda não foi inventada, mas certamente vai ter a ver com autonomia de horários, locais, com possibilidade de você elaborar o momento de produção e o de lazer. Sem dúvida estamos falando de uma geração mais imediatista, que vai questionar todas as ineficiências do mundo analógico", observa. E diz que vão estar na frente

empresas e instituições que ofereçam propósitos e valores mais ou na mesma medida do que recompensa salarial. "Falamos de uma geração para a qual o valor monetário terá menor importância, que vai se perguntar: por que trabalhar em uma empresa que só fala em meta e lucro? Vai se destacar a empresa que tiver um propósito maior, que impacte na transformação da sociedade e que trabalhe por um mundo melhor".



"O futuro terá o trabalho e a diversão se misturando, com o momento de produção e o de lazer".

Dicas



Existem hoje diversos canais para se manter atualizado sobre os dados do mercado

A necessidade de se manter ATUALIZADO

Estar atento a sites, blogs, pesquisas e palestras é uma maneira de manter sua empresa em sincronia com o mercado

Com o avanço da tecnologia, empresas e organizações, mesmo as já consolidadas no mercado, precisam estar atentas às mudanças. Mas essa necessidade básica de manter-se atualizado não se restringe apenas às novidades tecnológicas, mas também às análises de equipe, os resultados e à estrutura da companhia. Será preciso um “pacote” completo de ações para deixar sua empresa em sincronia com o mercado.

De nada adianta fazer uso da tecnologia da informação (TI), da Inteligência Artificial, da Internet das Coisas, se esses potenciais recursos não estiverem em perfeita sintonia com o seu negócio. Uma das melhores alter-

ativas para alinhar a tecnologia aos seus resultados é participar de eventos, consultar pesquisas e ficar atento às notícias das revistas e jornais especializados. Acompanhar as redes sociais, sites, blogs e páginas de profissionais que já construíram uma relação de confiança com os profissionais das áreas, é de extrema importância. Há uma imensa quantidade de páginas e blogs gratuitos com textos especializados e informações valiosas sobre diversos assuntos, e acompanhar essas notícias é uma boa maneira de se manter atualizado sobre os temas e novidades do mercado. Procure acompanhar instituições conhecidas, que se comprometem com a qualidade do que compartilham. É importante buscar o conhecimento de fontes seguras, principalmente ao realizar pesquisas para a solução de proble-

mas específicos.

As redes sociais são uma realidade do cotidiano dos profissionais atuais. O LinkedIn, por exemplo, permite a conexão entre as pessoas da mesma área de atuação e facilita o contato entre empresas e seus colaboradores, tanto com os atuais quanto futuros, através de buscas por palavras-chave, cargos, experiência e competências. Os grupos de Facebook e LinkedIn também são excelentes canais para compartilhar e adquirir conhecimento, além de se conectar e conhecer pessoas influentes do meio. Compartilhando suas ideias você também pode se tornar um influenciador digital e atrair visibilidade para os seus negócios.

Há também diversas atividades educativas, interativas e sociais: cursos, conferências, congressos, seminários, palestras, workshops e outros tipos de evento que, além de agregar conhecimento, facilitam a ampliação da network, porque proporcionam o contato direto com as empresas, profissionais e autoridades de assuntos relevantes para o seu negócio. E isso dará a oportunidade para se mostrar engajado com seu propósito profissional.

*Com informações da tasked.com.br



MARQUE NA AGENDA

07.11

Café Connection:
Tendências Inverno
2019

12/11

Pesquisa Black
Friday

01/12

Evento Especial de
Natal CDL na praça
Dante Alighieri

02/12

Evento Especial de
Natal Magnabosco/
Unimed/CDL

15/12

Evento Especial
de Natal UCS

Eventos Especiais
de Natal CDL:

09/12

Igreja São Pelegrino

16/12

Igreja Capuchinhos

19/12

Igreja Ana Rech

DICA DO JOEL



gerente comercial | CDL Caxias

A CDL CAXIAS REALIZA PESQUISAS CONSTANTES PARA AJUDAR VOCÊ A ENTENDER AS DEMANDAS E TENDÊNCIAS DE MERCADO

A CDL Caxias está atenta às demandas de mercado e acompanhando todas as novidades. Está tudo no site, no blog e nas redes sociais da entidade, basta consultar. São conteúdos sobre mercado, varejo, serviços, tendências, gestão, dicas e muito mais. Tudo para melhorar o seu negócio e a gestão da sua empresa.

Além de artigos específicos para diferentes campos de interesse, nossa entidade realiza constantes pesquisas que fornecem informações valiosas de mercado. Entre as principais ferramentas estão:

Termômetro de Vendas

Acompanha os números do comércio, o desempenho de cada setor e as tendências para os próximos meses. Serve para avaliar se o segmento cresceu ou apresentou dificuldades.

Pesquisa de Intenção de Compras

Essa pesquisa é realizada sempre às vésperas das principais datas para o comércio, a exemplo do Dia das Mães, Dia da Criança, Natal... Além de apresentar o ticket médio e o perfil do consumidor, mostra o resumo com as principais dicas para preparar melhor campanhas, promoções, atendimento da sua equipe e pontos de vendas.

Panorama de Mercado

A revista **Panorama** traz em todas as edições a seção **Panorama de Mercado**, onde oferecemos informações sobre o desempenho do comércio em determinado período e dicas de economia.

É BOM SE PREPARAR PARA A REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA!

A dica no título é de Martha Gabriel, conceituada pensadora digital que esteve em Caxias do Sul a convite da CDL

Toda revolução revela o melhor e o pior dos mundos. Então, como se preparar para isso, para compreender e usufruir da melhor maneira possível a revolução tecnológica? É preciso prestar atenção a ela, porque ao mesmo tempo em que ela é encantadora, traz novas e fantásticas possibilidades,

também traz ameaças enormes para aquilo que já está estabelecido". A dona da afirmação acima é Martha Gabriel, uma das principais pensadoras digitais no Brasil, referência em inovação e em transformação e educação digital.

Rankeada entre os 50 profissionais mais inovadores do mundo digital brasileiro pela ProXXIIma e entre os Top 50 Marketing Bloggers mais influentes do mundo pelo KRED, Martha conversou com exclusividade com a revista Panorama antes de sua passagem em Caxias do Sul para participar do Talk Gestão, no final de outubro, maratona de palestras promovida pela CDL Caxias. Uma das palestrantes mais requisitadas do Brasil, com mais de 100 eventos anuais, tem uma visão bastante clara sobre o que está acontecendo no mundo em termos de tecnologia, em que cenário estamos, por que ele é diferente do passado e como o ser humano consegue acompanhar o crescimento exponencial tecnológico. "Toda revolução é assim, provoca mudanças, só que essa é muito mais rápida", comenta a autora de dois best sellers e finalista do Prêmio Jabuti.

Para Martha, a penetração das tecnologias digitais na sociedade tem causado transformações profundas no mercado em todas as suas dimensões: comportamento do consumidor, concorrência, canais, mídias, plataformas, recursos, barreiras de entrada, modelos de negócios, entre outras. Nesse cenário, empresas que conseguem aproveitar o potencial que o digital oferece têm obtido resultados exponenciais. Na sua palestra em Caxias, falou sobre as principais disrupções no mercado e na sociedade em função do crescimento exponencial tecnológico, e abordou as principais estratégias para a transformação digital de organizações e ondas de megatrends sob a ótica de como atuar para aproveitar as oportunidades e minimizar riscos.

Confira os principais trechos da entrevista.

Fala-se muito no conceito de disrupção que a revolução digital tem provocado. Qual o significado desse fenômeno?

Disrupção é ruptura, quando alguma coisa é mudada de forma muito estrutural. Estamos vivendo um crescimento exponencial de tecnologia, por isso estamos tão preocupados com a disrupção, porque ela está acontecendo a toda hora. Antigamente essas mudanças estruturais aconteciam em décadas, agora é em dias. Por exemplo, se no século passado a gente tinha uma ruptura a cada década, digamos assim - telégrafo, rádio, televisão, carro, avião -, hoje elas acontecem em uma velocidade extremamente mais rápida, alterando não apenas a logística de consumo e de mercado, mas também o comportamento.

Essas mudanças estão obrigando o mercado a se reestruturar também porque as pessoas estão adquirindo novos hábitos?

Sim. A toda hora aparece um produto que muda a logística de consumo. Por exemplo: iFood na alimentação, Uber no transporte, Netflix no consumo de conteúdo. Essas tecnologias provocaram transformações tão profundas. E a gente está falando só do começo dessa história. A impressão 3D está chegando muito forte, está começando a montar sua cadeia de soluções de produtos. Vamos falar de Inteligência Artificial, que mudará totalmente a maneira de entender o consumidor. Estamos falando de coisas que ainda estão no começo, por isso temos que estar preparados.

Nessa perspectiva, o varejo, o mercado tradicional, terá também de se reinventar?

O varejo tradicional vai mudar. O e-commerce já é uma realidade, e está numa crescente enorme, principalmente em relação às formas de venda, ou seja, via relógio, aplicativos. Essas transformações nos pontos de venda e as integrações com o online vão mudar totalmente a face do varejo, do comércio, de maneira geral. Junto com isso vem a possibilidade dos assistentes robóticos. Já existem assistentes robóticos que atendem você no ponto de venda de forma excelente, e eles custam mais

barato que um ser humano e possuem um arsenal gigante de informações. Isso que nem começamos a falar de realidade virtual, assistentes de voz integrados à visão computacional, que permitem que você faça previsão do cliente assim que ele chega ao ponto de venda. O que está por vir é encantador, mas também assustador (risos).

E a educação de nossos filhos, está preparada para acompanhar essa revolução digital?

A gente tem que analisar isso de várias dimensões. A primeira delas é que o modo e a metodologia de ensino têm que estar centradas no aluno. Hoje em dia o aluno começa a ter acesso à tecnologia quando ainda é muito pequeno, em casa, por meio de equipamentos modernos que muitas vezes nem a escola tem. Assim ele se acostuma a fazer o que ele quiser e quando ele quiser. Então, algumas mudanças precisam ser feitas na educação,

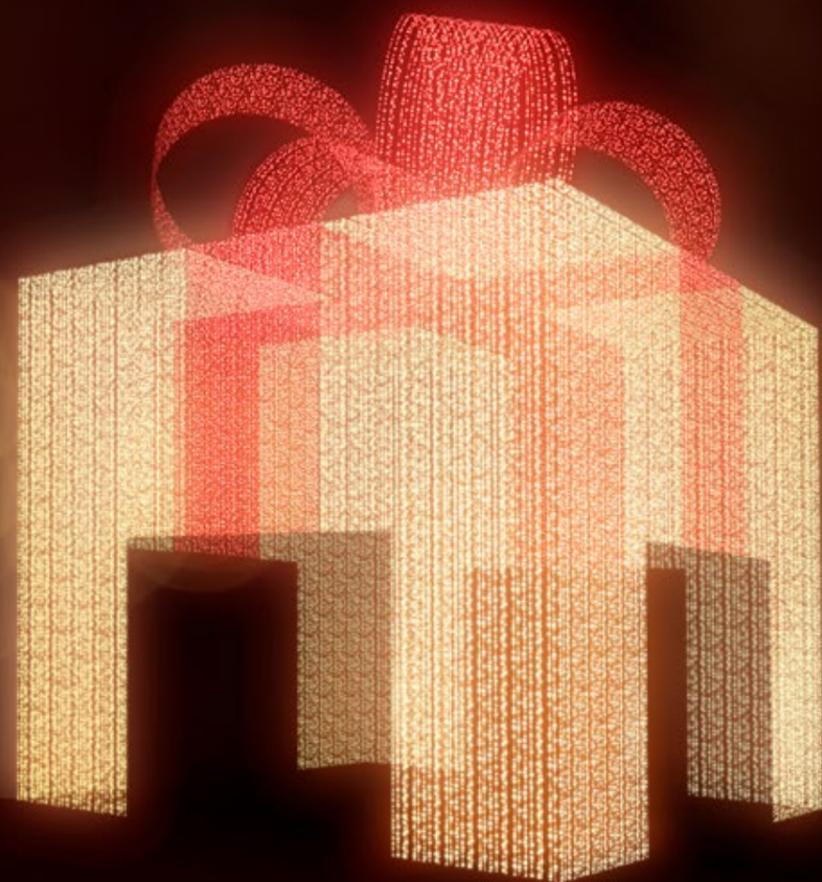
com foco total no aluno, nos interesses dele. Em vez de ficarmos repetindo fórmulas e solicitando que respondam perguntas, temos que educar as crianças para que elas perguntem. O papel de questionar tem de ser delas, o pensamento crítico tem de partir delas. A aula que antes era puramente descrição de conteúdo e perguntas, agora tende a ser de diálogo, porque não se gera pensamento crítico sem diálogo. Isso muda completamente a estrutura da educação. Precisaremos de quatro habilidades para desenvolver os estudantes do Século 21 para a era digital: pensamento crítico, que faça com que avaliem o mundo, saibam o que está acontecendo e assim enxerguem ameaças e oportunidades; criatividade, para colocar o pensamento crítico em prática; conexão com a tecnologia e com as pessoas (será preciso ser colaborativo); e resiliência, porque a era digital vai exigir muito, então será preciso errar para tentar de novo e de novo. Enfim, será preciso mudanças de métodos, com mais diálogos, mais reflexão e menos conteúdo.



“Precisaremos de quatro habilidades para desenvolver os estudantes para o Século 21: pensamento crítico, criatividade, conexão com a tecnologia e as pessoas e resiliência”.

Foto: Assessora Martha Gabriel

TRÊS RITOS PARA CELEBRAR O NATAL DE CAXIAS



*Presentear, Celebrar e Doar
são as ações que inspiram a
campanha deste ano
da CDL Caxias*



Presentear, Celebrar, Doar! É inspirada nesses verbos tão significativos que a CDL Caxias desenvolve a campanha de Natal deste ano. Além de oferecer uma promoção imperdível aos compradores das lojas cadastradas, a entidade quer estimular o clima natalino com os atos de celebrar e doar. Para isso, vai incentivar decorações especiais nos pontos de venda, com vitrines temáticas, e na ambientação da cidade, tendo como elemento especial o presente. Também vai oferecer à comunidade seu tradicional evento natalino, com a chegada do Papai Noel, dia 01 de dezembro, na praça Dante Alighieri, e participar de outros acontecimentos neste mesmo espírito com parceiros, a exemplo da Universidade de Caxias do Sul (UCS) e Loja Magnabosco. Outro atrativo serão os eventos natalinos nas igrejas São Pelegrino (09/12), Capuchinhos (16/12) e Ana Rech (19/12). Para coroar a campanha, a CDL vai beneficiar famílias carentes de Caxias do Sul com a doação de cestas natalinas.



Presentes ao consumidor

A campanha que vai premiar os consumidores com vale-compras de R\$ 1.000,00, uma moto Honda CG 125I Fan e um automóvel Fiat Mobi teve início em outubro e segue até as 23h59min do dia 31 de dezembro. Para participar, basta adquirir mercadorias nas lojas que aderiram à campanha. A cada R\$ 50, o cliente cadastra seu cupom fiscal (máximo de 20 cupons por compra) com os dados da nota no site da promoção: www.promocaodepremioscdl.com.br.

Decoração Especial e Celebração

O simbolismo natalino sempre foi um grande chamativo para o comércio. Por isso, a CDL Caxias incentivou seus associados a criarem decorações e ambientes que tenham o “presente” como ícone, baseada em pesquisas que apontam: pontos de vendas bem decorados incentivam os clientes a entrar no “clima” natalino. “Os hábitos e motivações de consumo mudaram. Atualmente, sabemos que somos impulsionados ao consumo a partir do ambiente, da necessidade e do desejo de ter uma experiência agradável e enriquecedora de compra”, comenta Ivonei Pioner, presidente da CDL Caxias, destacando que o ato de presentear está intimamente ligado ao de celebrar. “Trabalhamos para nos presentear e presentear a quem valorizamos. Expressamos nossa alegria, gratidão e reconhecimento presenteando, por isso o conceito da proposta da campanha de Natal, de incentivar a ambientação nas lojas e na cidade. Sem contar que haverá sorteio de prêmios para quem aderir à campanha, sejam lojistas ou clientes. E muito treinamento e preparo para melhor receber quem buscar o comércio caxiense”, salienta Pioner.

Além da decoração, está se estudando uma parceria com a Prefeitura de Caxias do Sul, junto à Secretaria de Cultura (além da realização de diversos eventos espalhados pela cidade) para potencializar o clima Natalino nas ruas e assim beneficiar os associados da CDL, o comércio e a cidade como um todo.

Impulso ao comércio

A campanha de Natal da CDL Caxias deste ano também chega com o desafio de impulsionar as vendas do comércio, buscando uma consolidação da retomada econômica. “Este ano foi muito desafiador. Nossa proposta é a de achar soluções juntos para que o comércio caxiense continue evoluindo. Com a participação de todos, essa campanha certamente fará com que tenhamos um final de ano melhor, com boas vendas, boas promoções e com a plena satisfação de quem quer ter um Natal ainda mais celebrado e feliz”, avalia.

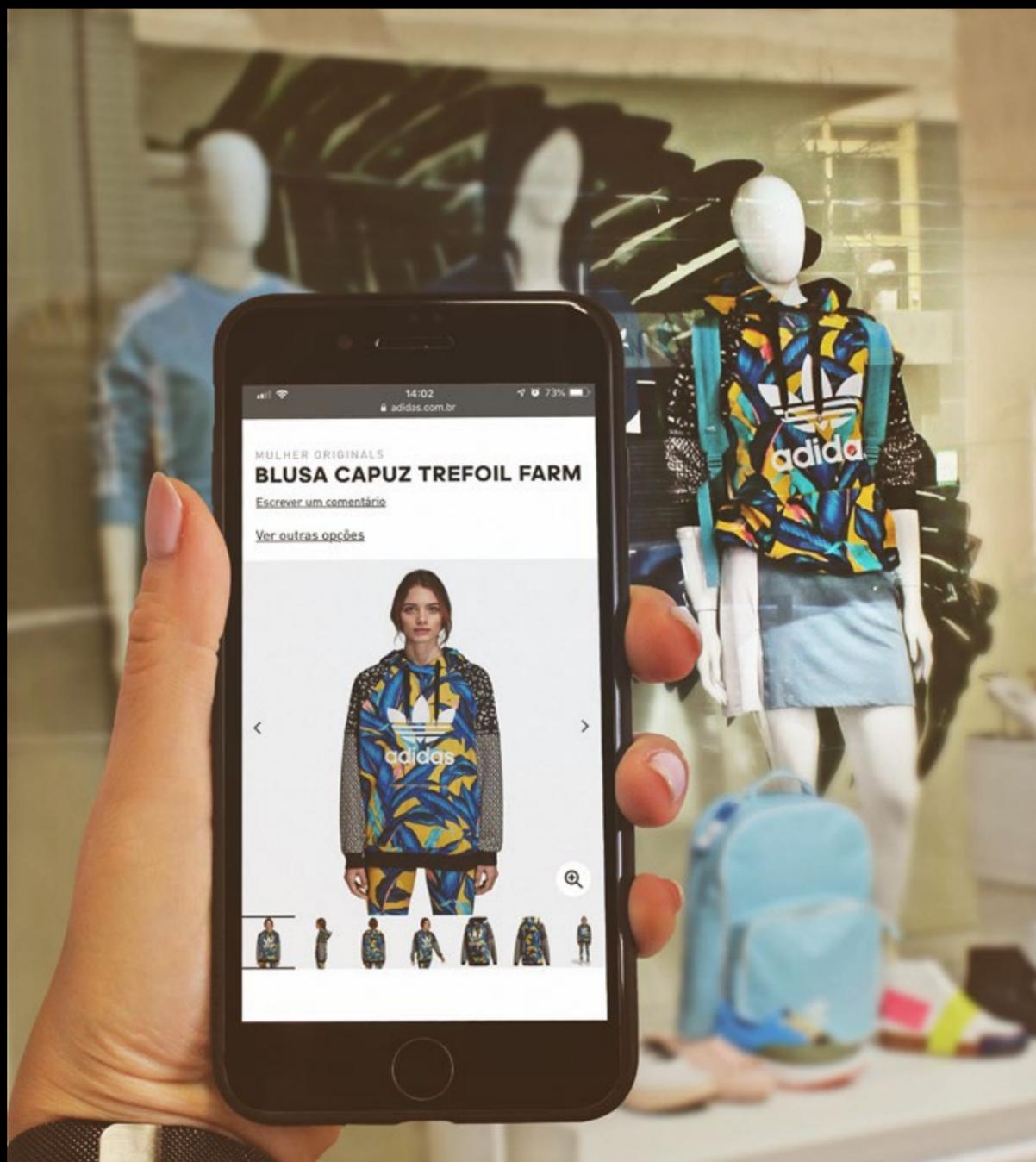
Espírito de doação

O Natal nos incentiva a pensar no próximo, a compartilhar. O ato de doar encontra lugar privilegiado na campanha de Natal deste ano, à medida que fecha um ciclo junto com os atos de “presentear” e de “celebrar”!

“Quando se aproximam as festas de fim de ano, é comum as pessoas fazerem um balanço do período e perceberem que tem muito a agradecer por suas conquistas. Esse sentimento pode despertar o desejo em ajudar pessoas que não tenham as mesmas condições e oportunidades, e uma forma de fazer isso é através de doações e sentimentos de solidariedade”, ensina a psicóloga Ana Cláudia Zampieri.

É inspirada nesses sentimentos que a campanha irá doar cestas natalinas a entidades sociais da cidade. A cada 100 mil cupons no sistema da Promoção da campanha, a CDL irá doar 100 cestas para entidades sociais. “A campanha deste ano tem entre seus diferenciais essa preocupação com o “todo”, que envolve desde o ambiente propício para o cliente fazer sua jornada de compra tendo uma experiência qualificada e encantadora até a oportunidade dele ser premiado ao adquirir seus presentes em empresas que estejam participando da campanha. Além disso, tem esse lado social. Quanto mais cupons cadastrados, mais benefícios para as famílias carentes do município”, orgulha-se Pioner.





Um olho no site,
OUTRO NA LOJA

Ilustração: Vauri Project

47% dos internautas só compram em loja física após pesquisarem na internet

Olha na internet, compra na loja:

58%
eletrodomésticos

56%
smartphones

51%
eletrônicos

32%
roupas e acessórios

30%
cosméticos e perfumes

Olha na loja, compra na internet:

53%
eletrodomésticos

46%
smartphones

41%
eletrônicos

29%
roupas e acessórios

O consumidor brasileiro, seguindo uma tendência mundial, tem utilizado cada vez mais a internet como um aliado na hora de ir às compras. E o tem feito de forma mais madura, porque tem se informado a respeito de suas vantagens. Pesquisa feita pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) com internautas que realizaram alguma compra online nos últimos 12 meses mostra que 47% dos entrevistados sempre fazem pesquisas na internet antes de realizar alguma compra em loja física. A maioria busca informações sobre preços (38%), detalhes e características daquilo que pretendem adquirir (22%) e também a opinião de outros clientes sobre a experiência de compra (10%). Apenas 18% dos entrevistados compram direto em lojas físicas sem fazer qualquer consulta no ambiente virtual. Outros 35% recorrem à consulta apenas eventualmente, a depender do tipo de produto ou serviço que buscam. Na avaliação do presidente da CNDL, José Cesar da Costa, com o avanço da tecnologia, as decisões de compra por parte do consumidor passam por múltiplos canais e de forma simultânea, unindo mundo online e offline. “A internet é a grande ferramenta que o consumidor tem em suas mãos para informar-se de forma rápida, prática e bastante abrangente sobre produtos e serviços, comparar preços e pesquisar a reputação das marcas a partir da experiência de outros clientes. Os consumidores estão cada vez mais exigentes e bem informados, transitando o tempo todo por diferentes plataformas durante o processo de compra. A internet trouxe às pessoas a liberdade de comprar quando e onde quiserem e as empresas precisam se adaptar a essa nova realidade”, afirma Costa.

Se consultar a internet antes de realizar uma compra em lojas físicas tornou-se um hábito do internauta brasileiro, o inverso também acontece, embora em uma proporção menor. De acordo com a pesquisa, um quarto (25%) dos internautas visita uma loja física para conhecer o produto que deseja adquirir na internet. A maior parte toma essa atitude para ver os detalhes e principais características daquilo que está sendo adquirido (17%), além da tradicional pesquisa de preço (12%). Outros 44% tomam essa atitude a depender do produto, enquanto 30% não se importam em realizar a pesquisa, indo direto aos sites ou aplicativos. Para o presidente do SPC Brasil, Roque Pellizzaro Junior, os empresários precisam romper com a separação entre varejo físico e online para proporcionar experiências mais completas aos seus clientes. “Houve um tempo em que o mundo virtual e o mundo físico não conversavam. Mas isso acabou. Hoje, os clientes se surpreendem quando a empresa não tem ao menos um canal de atendimento online. Isso acontece porque as pessoas estão todo o tempo conectadas, mas continuam sendo consumidores no sentido tradicional. Por isso, investir na qualidade da experiência de compra é entender que o cliente é ao mesmo tempo físico e virtual e tem trânsito livre entre os diferentes canais de venda e relacionamento”, afirma.

Metodologia

A pesquisa ouviu 815 consumidores de ambos os gêneros, todas as classes sociais, capitais do país e acima de 18 anos que fizeram alguma compra online nos 12 meses anteriores ao estudo, ocorrido entre os dias 08 e 18 de maio de 2018. A margem de erro é de no máximo 3,43 pp a uma margem de confiança de 95%. Baixe a íntegra da pesquisa em <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas>



PANORAMA DE MERCADO



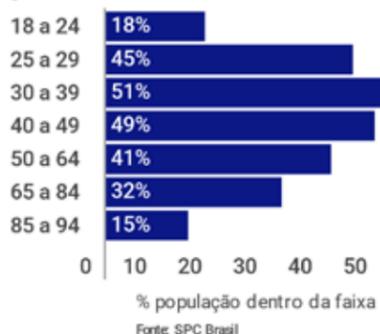
Núcleo de Informações de Mercado

Presidente Ivonei Pioner

Nesta edição da Panorama de Mercado, trouxemos um assunto que foi posto na vitrine das eleições presidenciais: a inadimplência. Enquanto Entidade que representa e defende a classe empresarial de Caxias do Sul, a CDL monitora e analisa de forma contínua e atenta este indicador. E

sim, assusta, e muito, quando ele aumenta, pois revela duas faces muito corrosivas para nosso empresário. Primeiro, a perda da capacidade de compra dos consumidores. Segundo, o rombo no caixa das empresas, que se comprometem com funcionários e fornecedores e que não conseguem recuperar as dívidas de seus clientes.

Estimativa de inadimplência por faixa etária

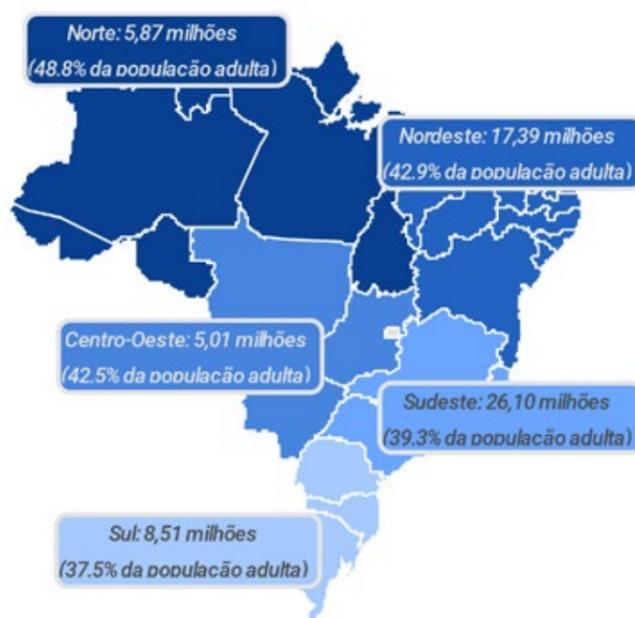


Quando olhamos para o primeiro ponto, que é a perda de capacidade de compra, os números preocupam, pois revelam que, no seu total, 41% da nossa população adulta está negativada. Isso equivale a 62,9 milhões de pessoas. Na faixa dos 30 a 39 anos, este número aumenta para 51%.

Mas apesar dos números serem elevados, quando nos aproximamos do cenário local, ele vem caindo gradativamente. Isto é resultado da retomada da nossa economia, principalmente na indústria, e na recuperação do emprego. Só em 2018 (janeiro a agosto) foram criadas mais de 6.000 vagas e o crescimento acumulado da indústria local foi de 8,3%. Com isso, mais pessoas recuperam sua capacidade de quitar seus débitos e, consequentemente, o seu crédito.

Outro dado que pode nos trazer esperança de uma recuperação mais rápida de nossa economia é o fato de que o Sul do país é a região que tem o menor índice de comprometimento de sua população adulta. Até agosto deste ano, a região Sul possuía 37,5% da sua população adulta negativada, o que corresponde a aproximadamente 8,51 milhões de pessoas.

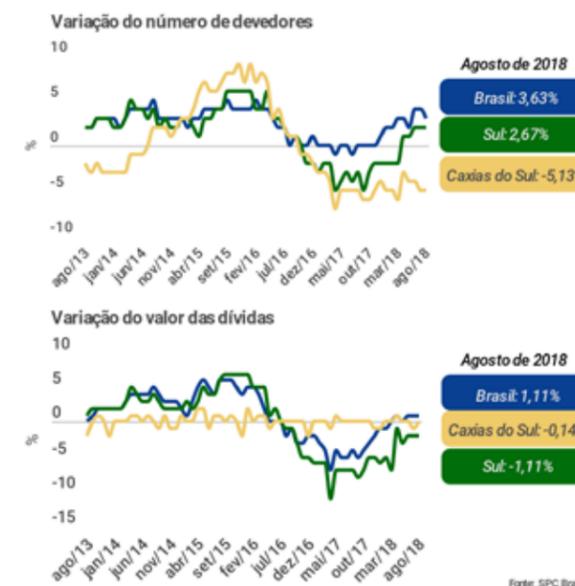
A região do país que atualmente tem a população adulta mais comprometida com o problema da inadimplência é a região Norte, com 48,8% da população adulta negativada. Desta forma, apesar dos números elevados, o Sul pode ter a expectativa de recuperar a movimentação na economia, principalmente no comércio de bens e serviços, de forma mais rápida do que no restante do país.



Quanto ao segundo ponto negativo dos resultados da inadimplência, o comprometimento do caixa das empresas, percebemos que a variação das dívidas vêm se mantendo estável desde 2016. Ou seja, enquanto percebemos uma queda significativa na quantidade de devedores, com uma média de -2,16% de queda dentro deste mesmo período, a média do saldo de dívidas vem se mantendo.

Isso significa que o valor médio das dívidas vem aumentando, o que se justifica pelo aumento da inflação neste mesmo período e da distribuição de crédito feito a partir de 2002. Só para termos uma ideia, o volume de crédito saltou de 26,2% do PIB em dezembro de 2002 para 45,2% do PIB em dezembro de 2010. A combinação de crise, perda de capacidade de pagamento e juros altos resultaram em um efeito de crescimento exponencial destas dívidas, principalmente com o sistema financeiro.

Com a chegada das datas comemorativas de fim de ano e com o continuo aumento do emprego, nossa expectativa é que cada vez mais e mais pessoas procurem quitar suas dívidas e limpar seus nomes. O que nos dá esperança de um fim de ano muito bom para a nossa economia. O desafio de agora é entender como equilibrar a concessão de crédito e o risco de inadimplência. Para nós da CDL Caxias, o segredo está na qualidade de informações com que se trabalha para analisar crédito.



RESUMO DO TRIMESTRE

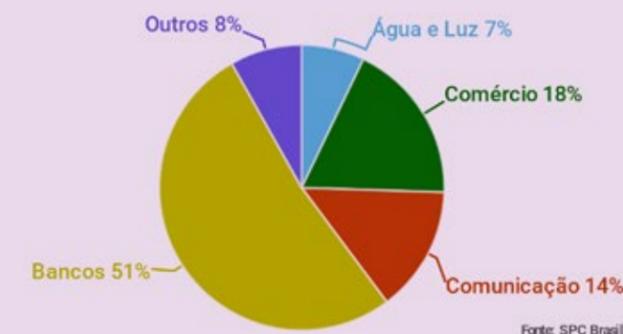
Núcleo de Informações de Mercado - CDL Caxias

O assunto inadimplência é e sempre será um assunto amargo para o empresário. Além da perda de clientes, o impacto no fluxo de caixa das empresas pode ser, e muitas vezes é, fatal. Observamos com muito pesar um grande número de empresas encerrando suas atividades e quando procuramos mais informações sobre os motivos do encerramento escutamos uma constante de alta carga tributária, mercado desaquecido e inadimplência alta.

E, se por um lado, para as empresas a vida anda difícil, para as pessoas ela também não está nada fácil. A combinação entre desemprego, redução do poder aquisitivo, alta carga tributária e inflação exigem uma verdadeira ginástica das pessoas para manter suas contas em dia. E, neste caso, não estamos falando das compras de bens e serviços no nosso comércio. Estamos falando de itens básicos como alimentação, aluguel, escola, água, luz, comunicações e as despesas bancárias.

Assim, entendemos mais do que nunca, que a inadimplência só será resolvida com a recuperação do poder econômico das pessoas, o que vem ocorrendo em nossa região de forma lenta, mas felizmente contínua. Com a proximidade das festas de fim de ano, precisamos nos reabastecer de esperança. Continuar trabalhando firme para recuperar a nossa economia através do emprego, da retomada do poder de compra e da reconquista da dignidade das pessoas.

Participação nas dívidas por setor credor



Aconteceu



▶ ESCOLA DE NEGÓCIOS – FAZENDO A DIFERENÇA

Neste último semestre, a CDL realizou os cursos: Design Thinking, Custos e Vitrinismo. Os cursos são promovidos em parceria com a Universidade de Caxias do Sul e são estruturados com base nas demandas e dificuldades dos associados. Acompanhe os próximos no site www.cdlcaxias.com.br.

OPEN MIND 2018

A CDL Jovem de Caxias do Sul realizou dia 9 de outubro, no UCS Teatro, o Open Mind 2018, evento aberto ao público que tem como característica conectar ideias e fomentar o empreendedorismo. Neste ano o conteúdo foi baseado nas próprias experiências dos três palestrantes convidados: Tânia Gomes Luz, fundadora e ex-CEO da empresa 33e34; Tonico Novaes, diretor-geral da Campus Party Brasil; e Henrique Tormena, líder da área de corporate development e das iniciativas para parcerias estratégicas de integração na Resultados Digitais. Os temas foram específicos de suas carreiras, envolvendo empreendedorismo, boas ideias e inovação.



▶ 3º MELHORA CAXIAS

Com o objetivo de reunir pessoas inovadoras e criar soluções para as principais demandas da cidade, a CDL Jovem promoveu dia 18 de agosto, no Bloco M da UCS, a terceira edição do Melhora Caxias, projeto que visa instigar a população a criar ideias e possibilidades para melhorar a cidade. Foram discutidos temas como sociedade e responsabilidade social, trânsito e sustentabilidade. O evento gratuito teve apoio da CDL.

Fotos: Luana Reis / Mirnela Barbosa / Alencar Turella



COMPARTILHAMOS CONTEÚDO PARA VOCÊ CRESCER.



SITE BLOG YOUTUBE FACEBOOK INSTAGRAM

EM NOSSAS PLATAFORMAS DIGITAIS
VOCÊ ENCONTRA CONTEÚDOS SOBRE
GESTÃO, FINANÇAS E MARKETING
FOCADOS PARA A SUA EMPRESA.

Mala Direta
Básica

9912318659/2013
DR/RS
CDL

Correios



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



Realização:



COMPRE E CONCORRA

**1 CARRO
1 MOTO
ZERO KM**

**+8 VALE-COMPRAS
DE R\$ 1.000,00**



COMPRE NO COMÉRCIO CAXIENSE E CADASTRE SUAS NOTAS NO SITE PARA CONCORRER!

WWW.PROMOCAODEPREMIOSCDL.COM.BR

CONFIRA O REGULAMENTO COMPLETO NO SITE

Certificado de autorização CAIXA N. 4-6928/2018

Imagens meramente ilustrativas. Para mais informações consulte o regulamento completo no site da promoção ou entre em contato com a CDL Caxias 54.3209.8977 www.promocaoepremioscdl.com.br. Edição válida do dia 01/10/2018 ao dia 05/01/2019 pelo Icteria Federal. A cada R\$ 50,00 em compras você pode concorrer aos prêmios mencionados cadastrando suas notas no site da promoção. O site irá gerar seus cupons com limite de 20 cupons por nota fiscal. Prêmios do sorteio: 1º prêmio - 1 carro Automóvel Om da marca Fiat, modelo Mobi Easy, motor 1.0 flex, 4 portas, ano de fabricação 2018, modelo 2018, cor preta. 2º prêmio - 1 moto Honda CG125F Fan, ano e modelo 2018, cor prata disponível na entrega. Do 3º ao 10º prêmio - Vale-compras de R\$ 1.000,00.

© JOMIWORK