

VISÃO

ACIL
DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

Empresarial
Limeirense

www.acillimeira.com.br • ANO 11 | EDIÇÃO 521

★ JORNAL DA ACIL ★

1º a 7 de Fevereiro de 2016 • Limeira-SP

NÃO BRINQUE COM A
SORTE



**CUIDADO,
A DENGUE MATA!**

Sua vida mais azul
MEDICAL

ALAMO

ANS nº 360767

Delivery se torna diferencial nas empresas

Com o objetivo de conquistar e fidelizar cada vez mais clientes, muitos empresários têm concentrado suas ações em aprimorar o serviço de entrega a domicílio, o que tem gerado resultados positivos.



ACIL/LEONARDO BARDINI

pág. 5

Na Papa-Rica as entregas são feitas em compartimentos térmicos para que a temperatura do produto não seja afetada

Saiba mais sobre os vírus da dengue, zika e chikungunya

pág. 7

Confira os cursos gratuitos deste mês

pág. 7

Conheça os parceiros da ACILMED

pág. 12

PROCESSO SELETIVO

NOVOS CURSOS 2016

- Engenharia de Produção
- Gastronomia

ISCA FACULDADES

Inscrição Gratuita
www.iscafaculdades.com.br



ROBERTO LEAL

BATE O PÉ QUE O DESCONTO VEM.

**NA COMPRA DE LENTES,
DESCONTO NA ARMAÇÃO!**

CALÇA 40?
40%
DE DESCONTO

Ofertas válidas para óculos de grau das marcas:

LORRANE | NK

Mais de 850 lojas

ÓTICAS | CAROL

Promoção válida até 10/03/2016 ou enquanto durarem os estoques. Descontos aplicados somente no valor das armações das grifas NK e Lorraine sinalizadas com etiquetas e válidos somente na compra de óculos completos (armação + lentes) e outras grifas também sinalizadas com etiquetas da campanha. O desconto concedido será o percentual entre 25 e 50%, sempre múltiplo de 5, equivalente ao número do calçado. O valor do desconto será sempre arredondando para cima. (Ex: Calçado 34 terá 35% de desconto. Calçado 36 terá 40% de desconto). Pessoas portadoras de necessidades especiais que impeçam a medição do tamanho dos pés serão contempladas com 50% de desconto, que é o desconto máximo previsto na oferta/promoção. Promoção não cumulativa com outras promoções da ÓTICAS CAROL. Consulte os cartões de crédito aceitos pela loja. Imagens ilustrativas.

EDITORIAL

Já estamos no mês de fevereiro e nesta semana inicia-se o carnaval que proporciona momentos de alegria e descontração para todo o povo, e que cada um em si faça sua própria escolha, de trabalhar, de se recolher ou extravasar na folia. Pelo senso comum, sempre dissemos que o Brasil começa a andar e a trabalhar depois do carnaval, será?

Não é isso que pensa o industrial, o comerciante, o prestador de serviços e a grande maioria das pessoas que hoje sentem o impacto do momento em que vive nosso país, pois a responsabilidade social e os compromissos são decorrentes no dia a dia. Hoje no Brasil, grande parte

da força motora, e até mesmo vários órgãos públicos, sentem um momento muito delicado na economia, passando por uma das maiores crises, sendo esta extremamente política, com a corrupção e a ganância sendo escancaradas, nas pessoas que comandam a Câmara Federal, o Congresso Nacional, e outros órgãos públicos, como observamos e assistimos.

Como se isso não fosse suficiente, nossa Presidente se omite em tomar ações e decisões combatendo tudo isso, o que resulta no pior governo já visto no Brasil, o que pode ser comprovado em gráficos e estatísticas apresentadas por vários departamentos nacionais e internacionais. Apontamos aqui como dívida pública mais

alta, maior taxa de desemprego, alta cotação do dólar, inflação na casa de dois dígitos e tendência de alta, menor índice de competitividade etc.

Muitos dizem que precisaríamos passar por tudo isso para que a transparência dos fatos venha a tona e para sabermos tudo o que ocorre. O que nos motiva a ter esperança é que há órgãos confiáveis investigando e punindo todos culpados, e cabe a nós repudiar e manifestar para que a justiça seja feita a fim de minimizar corruptos e corruptores, ambos criminosos.

Apesar de todos estes fatos que acreditamos serem passageiros, temos que nos envolver com responsabilidade para mudar o que não é correto, manter o foco para que as coisas aconteçam e que jamais desistamos, para que em curto prazo tenhamos um Brasil melhor e mais justo.



Francisco de Salis Gachet
1º Diretor financeiro da ACIL

VAI COMPRAR?

Acompanhe semanalmente a carga tributária embutida nos produtos consumidos pelos brasileiros. Os valores de referência são baseados na média das cargas dos produtos nacionais.



Torradeira elétrica (48,21%)

Valor médio: R\$ 60,00

Imposto: R\$ 28,93

Micro-ondas (59,37%)

Valor médio: R\$ 299,00

Imposto: R\$ 177,52



VOCÊ SABE PARA ONDE VAI TODO O
DINHEIRO DOS TRIBUTOS?

69,50%.....VÃO PARA A UNIÃO

26,00%.....VÃO PARA O ESTADO

4,50%.....VÃO PARA O MUNICÍPIO

PENSE NISSO!

Fonte: Ministério da Fazenda – Receita Federal

VITRINE

Número de famílias endividadas cai em 2015,
mas inadimplência aumenta

O ano de 2015 teve uma redução de 1,3% no número médio de famílias com dívidas, divulgou no dia 22 de janeiro a Confederação Nacional de Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Segundo a CNC, no entanto, o número de famílias com dívidas e contas em atraso (inadimplentes) aumentou 8,4% em relação a 2014, chegando a 20,9%.

Pela primeira vez, desde 2010, ocorre aumento no número de famílias com contas atrasadas. No ano passado, 19,4% das famílias estavam nessa situação.

Os dados fazem parte da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic) e apontam aumento da inadimplência. O número de famílias que reconheceram não ter perspectiva de pagar suas contas atrasadas subiu 23,2% e chegou a 7,7% do total. Em números absolutos, havia mais de 1,1 milhão de famílias nessa situação em 2015, contra 899 mil em 2014.

A redução do número de famílias com dívidas, para a CNC, está ligada a fatores desfavoráveis ao consumo, como aumento da inflação e desaquecimento do mercado de trabalho.

A pesquisa também aponta que a renda das famílias brasileiras está mais comprometida com o pagamento de dívidas. O percentual médio da renda usada para este fim subiu de 30,4% para 30,6% – a maior taxa da série iniciada em 2010.

Crédito

Segundo a pesquisa, o encarecimento do crédito causado pelo aumento das taxas de juros contribuiu para um maior comprometimento da renda, que teve queda em valores reais no ano passado.

Um percentual de 12,4% das famílias se consideravam muito endividado em 2015, contra 11,6% em 2014. A parcela que acredita estar pouco endividada caiu de 26,6% para 26,2%.

As famílias com renda de até dez salários mínimos estão mais endividadas (62,4%) e também apresentam percentuais maiores quando perguntadas se têm contas em atraso (23,4%) e se estão sem condições de pagá-las (9%).

Para as famílias que ganham mais de dez salários mínimos, o endividamento está em 54,8%, 20,1% têm dívidas atrasadas e 2,8% declaram que não vão ter condições de quitá-las.

Fonte: Agência Brasil

EXPEDIENTE

DIRETORIA

Presidente: Valter Zutin Furlan
1º Vice-Presidente: José Mário Bozza Gazzetta
2º Vice-Presidente: José França Almirall
1º Diretor Secretário: Hélio Roberto Chagas
2º Diretor Secretário: Benito Boldrini
1º Diretor Financeiro: Francisco de Salis Gachet
2º Diretor Financeiro: Cássio Ap. Peixoto dos Santos
Diretor de Patrimônio: José Geraldo Vieira Cardoso
Diretor Social: Antonio Francisco dos Santos

CONSELHO
DELIBERATIVO

Presidente: Roberto Martins
Vice-Presidente: Badih Bechara
1º Secretária: Carolina Mecatti
2º Secretário: Luis Alberto Gullo

MEMBROS DO CONSELHO DELIBERATIVO

Alexandre Gaib
Antonio Carlos Longo
Benedicto Carlos Toledo Lima
Claudiney Cheli Lotufo
Clodomiro Aparecido Rossi
Daniela Gullo de Castro Mello
Emerson Clayton da Silva Camargo
José Luis Pereira Negro

José Roberto Kühl
José Roberto Piccinin
Kelli Regina Baccan Müller
Marcelo Bragotto
Marcelo Voigt Bianchi
Reinaldo Chinellato
Renato Laranjeira

CONSELHO CONSULTIVO

Cássio Roque
José Carlos Schenk
José Luiz Battistella
Jurandir Bella
Odair José Giusti
Oswaldo Conti
Pedro Teodoro Kühl
Reinaldo Bastelli
Renato Hachich Maluf
Virgílio Rossi

CONSELHO FISCAL

Eduardo Hanna
Marcos Antonio Ribeiro Bozza
Wilson Bertolini

As informações e opiniões contidas nas colunas assinadas deste jornal são de responsabilidade de seus autores.

O Jornal VISÃO EMPRESARIAL LIMEIRENSE é uma publicação semanal do Informativo Empresarial de Limeira, editado pelo Instituto de Comunicação da ACIL. Registrado em 15 de abril de 1985, no 1º Ofício de Imóveis e Anexos da Comarca de Limeira, sob o nº 12 do Livro B-1 de Registro de Jornais, Oficinas Impressoras, Empresas de Radiodifusão e Agências de Notícia.

† Roberto Paulino de Araújo

EQUIPE

Divaldo Corrêa: Gerente Executivo
Leonardo Bardini: Estagiário
Luiz Sanches: Diagramador
Rafaela Silva: Redatora
Vanessa Rosanelli: Comercial

ACIL
Associação
Comercial
e Industrial
de Limeira

Rua Santa Cruz, 647 - Centro
Limeira - São Paulo - CEP: 13480-041
Fone (19) 3404-4900
www.acillimeira.com.br
visaoempresarial@acil.org.br

Tiragem: 6.000 exemplares | Distribuição Gratuita
Impressão: www.graficamundo.com.br

Qualidade de produtos e serviços para o bem estar animal são o foco da Agro Rossi Limeira

Depois de uma grande pesquisa sobre mercado e tendências, junto ao Sebrae e a órgãos de pesquisa de mercado, Rodolfo De Lacerda iniciou seu serviço como representante no ramo de produtos pet em várias cidades da região. Com um alto investimento inicial, adquirindo grandes marcas e variedades em produtos, a Agro Rossi Limeira já está no mercado há quase 15 anos.

Trazendo novidades no ramo de pets, pesca, acessórios, assistência veterinária e medicação feita por profissionais, a empresa tem como objetivo o comprometimento com o bem estar dos animais de estimação, utilizando de um laço de amizade com seus clientes e colaboradores, realizando assim um trabalho com perfeição, indispensável para aqueles que estão lidando com vidas.

A proprietária Márcia Cris-

tina Borges De Lacerda conta que não considera a concorrência como algo ruim. “Temos muitos concorrentes que são amigos, tornando o segmento uma grande família que tem como maior objetivo, o bem estar e a felicidade dos pets e dos animais amparados por todos”, acrescenta. Ela também diz que antes de mais nada, é o amor pelos animais que faz com que este tipo de negócio prospere cada vez mais.

Na empresa um dos destaques também é o atendimento, que deve ser, segundo os padrões da casa, perfeito, com toda a educação e atenção que os clientes precisam, independente da compra ou da assistência solicitada, formando assim, laços de confiança com o consumidor. Eles também têm orgulho de servir e proporcionar a todos que os procuram qualidade na alimentação e recuperação de



Além de produtos pet, a AgroRossi disponibiliza artigos para pesca, assistência veterinária, entre outros

seus animais. “Este é um tipo de negócio que exige muito investimento e conhecimento. É preciso verificar a demanda do mercado antes de iniciar algo na área pet, pois é um segmento muito volátil”, conta Rodolfo.

A Agro Rossi Limeira con-

vida a todos para conferirem seus produtos e serviços, e garantem que encontrarão o que há de melhor para seus animais de estimação. A loja está localizada na Avenida Sargento Pessoto, 1384, no Jardim Rossi. Seu horário de atendimento vai das 8h às 18h de segunda

à sexta-feira, e aos sábados das 8h às 14h. Mais informações pelos telefones (19) 3444-9914 e 3704-4494 ou pelo Whatsapp (19) 99799-1964 e 99730-5659. A empresa também está nas redes sociais com o Facebook: Agro Rossi Limeira e o Instagram: agrorossilimeira.

Soluções e materiais elétricos são encontrados na Malagutti Eletricidade

A ideia de abrir um negócio próprio surgiu entre colaborador e empresário. Henrique Malagutti já sonhava em comandar sua própria empresa no ramo de prestador de serviços elétricos. Iniciou sua carreira como atendente

de balcão de uma antiga casa de materiais elétricos e com a experiência adquirida futuramente nos diferentes locais que trabalhou, passou de intraprenehedor para empreendedor de negócio de sucesso.

Fundada em maio de 2010

como uma empresa de assistência e instalações elétricas, em outubro de 2015 ela passa por alteração de endereço, e os proprietários Henrique e Giselle Malagutti passam a ter uma empresa formalizada com um ponto comercial, hoje ela

atende todos os públicos realizando a venda de materiais elétricos e dando continuidade como prestadora de serviços elétricos.

Com seu objetivo alcançado, a Malagutti Eletricidade busca hoje o reconhecimento no mercado que já tem conquistado, procurando sempre trazer inovação em produtos e técnicas, além de agir com transparência e responsabilidade com os serviços oferecidos aos seus clientes. “Na Malagutti buscamos oferecer aos clientes soluções na área eletrotécnica e automação industrial, tudo isso com excelência no atendimento, preço, agilidade de entrega e realização de serviços, inovação e a cima de tudo segurança”, conta Henrique.

A loja e prestadora de serviços que conta atualmente com sete colaboradores, e tem como missão sempre criar soluções técnicas diferenciadas e satisfatórias, juntamente com um atendimento

com qualidade e segurança. Sua política de qualidade é projetar e criar serviços que satisfaçam seus consumidores, juntamente com a melhoria contínua dos processos e vendas de materiais elétricos.

A Malagutti Eletricidade agradece a todos que compartilharam e auxiliaram em seu crescimento. “Agradecemos a todos os clientes que confiaram em nossos materiais e atendimento, amigos, parceiros e profissionais que nos apoiaram”, acrescentam os proprietários. A empresa encontra-se na Rua Sete de Setembro, 269, no centro da cidade. O horário de funcionamento é de segunda à sexta-feira das 8h às 18h, e aos sábados das 8h às 12h, com horário estendido até às 14h no primeiro sábado do mês. Mais informações pelos telefones (19) 3713-7707 e 99706-6477, pelo e-mail contato@malaguttieletricidade, e também pelo site www.malaguttieletricidade.com.br.



Materiais elétricos e mão de obra especializada são o foco da Malagutti Eletricidade

ALPA Store é inaugurada no Pátio Limeira Shopping

O Pátio Limeira Shopping apoia a ALPA (Associação Limeirense de Proteção a Animais), que completa 20 anos de atividades e inaugurou sua primeira loja física Alpa Store, no dia 22 de janeiro, no primeiro piso do empreendimento, próximo à Pizza Hut.

A loja vai funcionar todos os sábados, das 10h às 22h, e vai comercializar os produtos da associação, como camisetas, chinelos, caderno de anotação, agendas, adesivos, cases para celular, anéis entre outros produtos. O espaço

também será ponto de arrecadação de Nota Fiscal Paulista, para os interessados em doá-las à entidade.

Para a voluntária da ALPA, Larissa Maluf, a loja será importante para o público conhecer mais sobre o trabalho da ONG e ajudar adquirindo os itens personalizados. “Os produtos têm 100% da renda revertida à associação e através deles conseguimos manter mais de 100 animais sob nossa tutela, que consomem cerca de uma tonelada de ração ao



A Alpa Store funcionará aos sábados das 10h às 22h

mês, bem como viabilizar nossas campanhas de castração”, explica.

“A ALPA é uma associação

de extrema importância em nossa cidade, vamos ceder o espaço no Pátio Limeira Shopping para que a popula-

ção conheça e apoie o trabalho de proteção animal da ONG”, diz Nicolas Cancas, gerente geral do empreendimento.

Parabéns aos noivos!

Renato e Grace

LUIZ SANCHES



Uniram-se em matrimônio no dia 18 de dezembro de 2015, o colaborador da ACIL, Renato Augusto Wollmer e Grace Kelly de Oliveira Wollmer, em cerimônia realizada no cartório de Registro Civil das Pessoas Naturais de Limeira.

Renato é coordenador de TI na entidade.

Daiane e Elton

ARQUIVO PESSOAL



Uniram-se em matrimônio no dia 3 de dezembro de 2015, a colaboradora da ACIL, Daiane Correa Silva Viciano Bueno e Elton Rogério Bueno, em cerimônia realizada no cartório de Registro Civil das Pessoas Naturais de Limeira.

Daiane é auxiliar administrativa na entidade.

A diretoria e os amigos da ACIL desejam muitas felicidades aos novos casais!

Mudanças no ICMS geram fechamento de uma empresa por minuto

DIVULGAÇÃO



A medida adotada pelo Confaz, que alterou as regras de recolhimento do ICMS nas operações de vendas interestaduais, está gerando o fechamento de uma empresa por minuto no Brasil. A informação foi dada por representantes de entidades ligadas ao Comércio e às micro e pequenas empresas em reunião no último dia 20 com técnicos do Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz), no Ministério da Fazenda. O encontro teve como objetivo pedir a suspensão imediata das exigências para os pequenos negócios, que estão valendo desde o início do ano.

Para o presidente do Sebrae, Guilherme Afif Domingos, as micro e pequenas empresas não podem esperar a próxima reunião do Confaz para que a medida seja revogada. “Vamos entrar, o mais rápido possível, com uma ação direta de inconstitucionalidade (ADI) no Supremo Tribunal Federal (STF) para que seja cumprido o tratamento

diferenciado que deve ser concedido às micro e pequenas empresas, como previsto na Constituição. Deixamos claro na reunião que não podemos ficar esperando. Os pequenos negócios têm que estar fora. É muito pouco de arrecadação para o estrago que vai se fazer com o fechamento de empresas”.

Desde o início do ano, o contribuinte passou a ser responsável pelo cálculo da diferença entre as alíquotas cobradas no estado de origem e na unidade de destino do produto. A medida também obriga o empresário a se cadastrar no fisco do estado para o qual está vendendo, ou seja, o empresário terá que se registrar em até 27 secretarias de fazenda diferentes, além de gerar quatro guias a mais para cada nota fiscal emitida. A decisão afeta diretamente todas as empresas incluídas no Simples Nacional que fazem operações interestaduais.

Fonte: Agência Sebrae de Notícias

Serviço de delivery garante comodidade e satisfação aos consumidores

ACIL/LEONARDO BARDINI

O dia a dia das pessoas está cada vez mais agitado, onde parece haver muito mais coisas a se fazer em um espaço de tempo cada vez menor. Com isso atividades do cotidiano que antigamente seriam feitas facilmente como ir ao supermercado ou a farmácia, acabam revelando ser mais trabalhoso, e às vezes demandam de um tempo que seria muito melhor aproveitado em outra atividade.

É pensando nisso que muitas pessoas acabam requisitando os serviços de entrega de produtos ou alimentos. Utilizando da comodidade de se realizar as compras pelo celular ou até mesmo pela internet, sem sair de casa, o consumidor tem procurado cada vez mais empresas que façam este tipo de serviço.

Visando este mercado, muitos empresários tem concentrado suas ações em aprimorar o serviço de entrega à domicílio, ou até mesmo focando sua empresa apenas para entrega. Este tipo de ação traz uma série de benefícios, além de um público cada vez maior e economia através do corte de gastos.

O ramo alimentício é o que mais se aproveita do serviço de delivery. A Papa-Rica oferece ao consumidor uma grande variedade de alimentos para bebês, crianças e mais recentemente o público adulto. Segundo Rodrigo Franzini A. Cavalheiro, um dos proprietários e fundador da empresa, o

serviço de entrega é um grande trunfo. “Com o delivery, retira-se parte do custo operacional de uma empresa. Graças a ele não necessitamos de uma estrutura física maior para o atendimento de clientes, além de oferecer a comodidade que eles precisam por conta da correria do dia a dia”, conta o empresário.

Mas não basta oferecer o serviço de entrega, e não atentar-se a sua qualidade. Além de possuir um meio de transporte em boas condições de uso, deve-se avaliar o funcionário que ficará responsável pelas entregas. “O entregador é o representante da empresa que irá até a casa do cliente. É preciso que ele o trate com respeito, honestidade e cortesia. Durante a época de experiência deve-se observar também transgressões, o uso correto do veículo, e é claro atentar-se à toda reclamação de clientes recebida”, comenta Rodrigo.

Para aqueles que possuem negócios de grande porte, é essencial possuir uma equipe que trabalhe em conjunto, e tenha em mente um grande senso de responsabilidade para cumprimento de datas de envio e entrega, além do manuseio correto do produto. É possível nestes casos terceirizar a mão de obra, porém deve-se atentar se a demanda de produtos e a entrada de verba possibilite essa contratação, para que não haja futuros prejuízos.

Dependendo do tipo de produto que é oferecido ao público, deve-se observar o tipo de embalagem utilizada no transporte para não causar danos ou estragar, no caso de produtos perecíveis. “Aqui na Papa Rica as entregas são feitas em compartimentos térmicos para que a temperatura do produto não seja afetada. Para locais de maior distância, sempre levamos os alimentos congelados, pois sua validade é maior e torna seu transporte mais seguro”, conta o proprietário. Para mercadorias frágeis, é necessário que sua embalagem seja acolchoada com algum tipo de enchimento ou plástico bolha, e que este seja preso de uma forma que não bata durante o percurso da entrega.

Além dos itens já citados, é necessário que o empreendedor atente-se ao tipo de veículo que realizará a entrega. Motocicletas por exemplo, são mais econômicas e rápidas, porém os entregadores estão mais sujeitos a acidentes e recebem 30% a mais devido à periculosidade. Também é necessário um estudo sobre a viabilidade da entrega, pois muitas vezes a distância de um cliente à outro pode torná-la mais demorada, além de aumentar o consumo de combustível. Todos estes fatores devem estar em perfeita sincronia, para que um produto de qualidade chegue ao consumidor em ótimas condições, além de garantir sua satisfação



O setor alimentício já utiliza o delivery como uma extensão de seu negócio

com o prazo de entrega, assegurando assim, que o cliente procure a empresa novamente para realizar seus futuros pedidos.

Planejamento

Em uma matéria feita pelo Sebrae, é dito que o empresário que queira abrir seu próprio negócio de delivery está sujeito a alguns riscos, principalmente na área de planejamento. Todos os custos devem ser levantados, e os produtos cotados para a escolha do fornecedor com o melhor valor e qualidade.

Também é necessário que o empregador planeje e atribua as devidas tarefas a seus colaboradores, pois como muitas dessas empresas iniciam suas

atividades de maneira informal, é comum que eles não tenham suas atribuições bem definidas. Para evitar problemas futuros é importante atribuir a atividade de cada pessoa.

Outro ponto que o Sebrae destaca, e este vale para qualquer tipo de empreendedor que esteja iniciando suas atividades, é o de se fazer um plano de negócios, que é necessário para estabelecer o passo a passo e as metas que devem ser alcançadas. Para quem tem poucos recursos para investir, uma dica é começar como empreendedor individual (EI), categoria com a qual o empresário garante a formalização, o que lhe dá direito a emitir nota fiscal e tomar empréstimo, por exemplo.

A família inteira vai adorar!



(19) 3443-1424

Loja Virtual: www.paparica.com.br
Delivery para 20 cidades da região
(grátis para Limeira)

Sopinhas, papinhas e comidinhas

Lanche Escolar

Saladas



Best seller: carne com feijão carioca

Crise reduz consumo de nove entre dez brasileiros, diz pesquisa

Pesquisa divulgada esta semana pelo Instituto Data Popular mostra que nove entre dez brasileiros diminuíram o consumo no ano passado, devido à crise econômica. As entrevistas foram feitas entre os dias 4 e 12 de janeiro com 3,5 mil consumidores maiores de 16 anos em 153 municípios de todos os estados.

Segundo os dados, dos 99% dos consultados que acreditam que o país está em crise, 81% têm certeza de que vivenciam um período de recessão. Para 55%, esta é a pior crise que já enfrentaram. De acordo com o presidente do instituto, Renato Meirelles, isso acontece por dois fatores.

O primeiro deles é que existe hoje um contingente enorme de consumidores que não participavam do mercado na época em que o Brasil conviveu com hiperinflação. “Não eram adultos na época da hiperinflação. É, de fato, um conjunto

de consumidores jovens que tendem a achar que esta é a maior crise”, disse Meirelles, para quem a crise atual não é a maior que o país atravessa. “A gente já teve crises com taxas de desemprego maiores, com o país com menos reserva internacional do que tem hoje, com mais inflação.”

Outro fator, segundo Meirelles, é que nas crises anteriores, de 2002 e de 2008, em geral, as pessoas tinham a sensação de que estava difícil comprar um bem ou produto ou melhorar de vida. Segundo ele, hoje a sensação é de “voltar para trás” e isso aumenta a percepção de que esta é a maior crise. Como a situação atual veio depois de um processo de crescimento forte, da democratização do consumo, de os brasileiros passarem a ter acesso a produtos e serviços que antes não consumiam, a sensação de perda se torna mais forte, disse Renato Meirelles.

Retomada

O presidente do Data Popular observou, entretanto, que boa parte das pessoas que não conseguiram realizar seus projetos no ano passado, em função da crise, se mostra disposta a efetivar seus planos em 2016. Do percentual de 63% que planejaram comprar um imóvel em 2015, mas encerraram o ano sem cumprir a meta, 35% acreditam que conseguirão realizar o sonho este ano. O percentual sobe para 69% se for considerado o universo de pessoas que planejaram comprar um eletrodoméstico em 2015 e não conseguiram (54% dos entrevistados).

“A pesquisa mostrou que o consumidor está se programando para realizar seus planos, seja buscando uma renda extra, fazendo escolha do que é prioritário ou não no seu gasto, seja buscando financiamento, para voltar a comprar aquilo que ele tinha pensado em ter no ano passado e não comprou”. Significa que a



Empresas que souberem fidelizar o consumidor e se mostrar de alguma forma como parceira terão mais chances de se destacar

crise funciona como uma alavanca para que as pessoas retomem o que haviam programado. “É um consumidor que entra nesta crise mais preparado do que em crises anteriores”, ressaltou Meirelles.

Outro aspecto evidenciado por esse cenário é que a estratégia das empresas que querem conquistar esse consumidor tem que mudar, segundo Renato Meirelles. “Em um cenário de crise, as empresas têm

que ganhar dos seus concorrentes”, disse, ao destacar que as empresas que souberem fidelizar o consumidor e se mostrar de alguma forma como parceira terão mais chances de crescer do que outras. “Esse é o momento de as empresas consolidarem seus clientes fiéis e avançarem sobre a concorrência, que é a consequência disso no mercado”.

Fonte: Agência Brasil

Novos canaviais são esperança da indústria de máquinas agrícolas

A indústria de máquinas e implementos agrícolas aposta nos preços dos produtos vindos do campo para buscar dias melhores. A cotação no mercado internacional de itens como álcool, açúcar e do milho leva o empresariado de bens de capital a prever redução menor nos negócios, quando comparado a outros setores – como a indústria de petróleo e gás e mesmo a voltada à construção.

Para isso, a Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABI-MAQ) já solicitou ao governo a ampliação do financiamento disponível no BNDES, dos atuais R\$ 2 bilhões para R\$ 4,5 bilhões. A medida afetaria positivamente inclusive a indústria da região de Piracicaba e Limeira.

“Precisamos de mais recursos para financiamento, para poder fechar negócio na Agrishow desse ano”, disse José Antonio Basso, diretor regional da ABI-MAQ, durante entrevista coletiva na Sede Regional



A aposta para dias melhores no setor de máquinas e implementos agrícolas está nos preços dos produtos vindos do campo

de Piracicaba da associação.

Dirigente da Câmara Setorial de Máquinas e Implementos Agrícolas da entidade, Celso Casale avalia que a agricultura vive um período de boas cotações. “Cana e açúcar apresentam preços melhores no mercado internacional, o que nos deixa otimistas quanto à renovação dos canaviais. Os canaviais hoje estão muito velhos ou abandonados porque o mercado estava ruim”.

A retração de 27% no faturamento no ano passado, ante 2014, já era esperada pelo setor de máquinas agrícolas. “A queda ocorre após um ano de

recorde de vendas em 2014”, informou Casale. “Hoje as empresas do agronegócio estão bem aparelhadas, portanto compram menos”, afirmou Basso.

Basso e Casale avaliam que o campo seguirá evitando que a queda do PIB seja maior. Números apresentados na coletiva, realizada simultaneamente em São Paulo, demonstram um cenário nada positivo não apenas para quem abastece a agropecuária, mas para a indústria de máquinas como um todo. Em dezembro último, o consumo aparente nacional apresentou retração de 24,8%.

No ano de 2015, a queda acumulada foi de 11,7%, apesar da desvalorização do real. “Os investimentos estão baixos no Brasil, e uma retomada nestas condições será lenta, mesmo após um ajuste fiscal”, avalia o presidente nacional da ABI-MAQ, Carlos Pastoriza.

Adotando câmbio igual para 2014 e 2015, o consumo aparente teve queda de 24,1% no ano passado.

O efeito cambial elevou o valor das exportações, mas o mercado interno retraído gerou receita líquida total 14,4% menor em 2015 para a indústria de máquinas. O parque fa-

bril não se anima nem mesmo a importar máquinas. No Brasil, o segmento acumula uma retração de 30% nas vendas nos últimos 3 anos.

Crise política

Carlos Pastoriza pregou a superação da crise política ainda no primeiro trimestre como pré-condição para a retomada do crescimento.

Em dezembro, o segmento utilizou somente 65,8% da capacidade instalada, levando junto o emprego. O número de pessoas ocupadas vem diminuindo desde 2013, com maior intensidade no ano passado. Eram 309 mil funcionários em dezembro último, ante 354 mil no final de 2014 – 45 mil postos de trabalho desapareceram nos últimos 12 meses.

“No setor de máquinas, qualquer retomada dos negócios se mostra mais difícil, já que necessitamos de tempo para qualificar os trabalhadores. A contratação é mais difícil”, disse Basso.

Dengue, zika e chikungunya: prevenção é o melhor remédio

O verão é época de sol, calor e chuvas intensas, porém rápidas. Muitas pessoas aproveitam esta época para viajarem para praias, já que com o tempo quente a melhor escolha para férias ou feriados é o litoral. Entretanto, muitos esquecem de um convidado não muito desejado, que também aparece em companhia do verão, o mosquito aedes aegypti.

Este mosquito aproveita-se da água parada das chuvas para se reproduzir, e o tempo de incubação de seus ovos até o mosquito adulto não dura mais que sete dias. Ele se alimenta de sangue e é transmissor de três doenças: o zika vírus, dengue e chikungunya. Estas três doenças já são conhecidas pela ciência, porém devido a mutações e a sua atual adaptação, estão se tornando mais comuns

e recebendo atenção dobrada de médicos e especialistas.

Ambas as doenças possuem os mesmos sintomas gerais que são febre, dor no corpo e no olho, vermelhidão na pele com coceira, náuseas e vômitos. Com isso à uma certa dificuldade em se diagnosticar qual delas está atuando em uma pessoa em uma primeira consulta, por isso a necessidade de se realizar um exame de sangue que identifique o vírus correto.

A transmissão das doenças é feita pela picada do mosquito, que pode transmiti-lo de uma pessoa para outra, caso uma delas esteja infectada. O zika vírus também pode ser transmitido verticalmente (de mãe para filho durante a gravidez) - também houve a identificação do vírus em fluidos masculinos, o que torna provável a transmis-

são por via sexual.

Caso não haja a identificação e tratamento correto, principalmente no caso da dengue, pode haver casos hemorrágicos da doença que causam a morte do infectado. Nos casos de infecção pelos vírus zika e chikungunya, também há a possibilidade de evoluírem para quadros mais graves, porém estes casos são bem mais raros.

Segundo o médico e conselheiro da ACIL, Claudiney Lotufo, a única prevenção existente hoje é o controle do mosquito. “Só não se adquire as doenças se a pessoa não for picada. O uso de repelentes e telas protetoras devem ser somados aos combates do mosquito, e de seus pontos de proliferação. Vários repelentes no mercado são efetivos para evitar a picada do mosquito, só



O mosquito aedes aegypti é o responsável pela transmissão de três vírus, o zika, chikungunya e a dengue

devemos tomar cuidado com o tempo de ação de cada um deles”, conta o médico.

Em Limeira ainda não há casos confirmados de pessoas infectadas pelo vírus zika ou chikungunya, mas a possibilidade de seu aparecimento nunca deve ser descartada enquanto o mosquito existir na cidade. No ano passado, Limeira sofreu com uma epidemia de dengue com vários casos de óbito. Este ano até o momento existem a notificação de aproximadamente 800 casos, sendo que destes 28 já foram confirmados como sendo a doença. Com o período de chuvas a tendência é que os casos aumentem.

Quando surgirem os primeiros sintomas, o paciente deve procurar o auxílio de um médico e evitar a todo custo a automedicação.

Para se evitar a reprodução do mosquito, e assim a proliferação dos vírus, são necessárias ações simples, como não deixar água parada em garrafas, pratos de plantas, canecas, pneus e etc. Deve-se também fazer a cobertura de caixas d'água e piscinas que não estejam em uso, além de manter limpos bebedouros de animais e fontes ornamentais. “É importante que todos façam sua parte, população e prefeitura, a luta é de todos”, acrescenta Claudiney.

Dia D

Neste sábado, 7 de fevereiro, o Ministério da Saúde promoverá uma ação de combate aos focos de procriação do mosquito aedes aegypti. O objetivo desta campanha é chamar a atenção da população, para sua conscientização e a tomada de medidas para prevenção e eliminação dos possíveis focos do inseto.

Tratamento

A terapia inicial para as três doenças é feita através da reposição de líquidos, e controle da febre e das dores. Deve-se evitar qualquer medicação anti-inflamatória, que inclusive vem com um aviso em suas bulas, alertando que não devem ser usados nestes casos. Mas é claro que assim que forem sen-

Adote essa ideia



- ✓ Caixas d'água vedadas
- ✓ Calhas limpas
- ✓ Tonéis, galões, poços e barris bem vedados
- ✓ Pneus sem água e em lugares cobertos
- ✓ Ralos limpos e com tela
- ✓ Bandejas de ar-condicionado limpas e sem água
- ✓ Bandejas de geladeira limpas e sem água
- ✓ Pratos de vasos de planta com areia até a borda
- ✓ Bromélias e outras plantas sem acúmulo de água
- ✓ Vasos sanitários, sem uso constante, fechados
- ✓ Baldes virados com a boca para baixo
- ✓ Lonas de cobertura bem esticadas para não formar poças
- ✓ Piscinas e fontes sempre tratadas

O ciclo de vida do mosquito da dengue, do ovo até a fase adulta, leva cerca de 7 a 10 dias. Se a verificação e eliminação dos criadouros forem realizadas uma vez por semana, podemos interromper o ciclo.

AGENDA DE CURSOS

ACIL Associação Comercial e Industrial de Limeira

Como usar o Facebook para empresas

Data: 16 de fevereiro
Horário: 10h às 12h
Objetivo: Apresentar as principais informações sobre Facebook e as principais ferramentas para usá-lo em benefício da empresa.
Local: Incubadora de empresas - Av. Vitório Bortolan, 1450 - Pq. Abílio Pedro
Público-Alvo: Empresários (MEI, ME, EPP)
Inscrições: 3404-6527 e 3404-6528
Investimento: Gratuito
Realização: Sebrae

Planejamento - O primeiro passo para começar o seu negócio

Data: 25 de fevereiro
Horário: 15h às 17h
Objetivo: Palestra que visa apresentar aos participantes a importância e os conceitos da constituição de uma empresa, abordando as necessidades do empreendedor, do empreendimento e da parte legal.
Local: Incubadora de empresas - Av. Vitório Bortolan, 1450 - Pq. Abílio Pedro
Público-Alvo: Empresários (MEI, ME, EPP)
Inscrições: 3404-6527 e 3404-6528
Investimento: Gratuito
Realização: Sebrae

JURÍDICO

Cartões de crédito/débito e a cobrança de valor mínimo

Os cartões de crédito e débito são uma forma segura e prática de realizar as compras, sendo que, atualmente, o acesso a este tipo de serviço está muito mais fácil e menos burocrático. Isso faz com que a maioria dos brasileiros utilize este meio de pagamento de suas compras.

Essa mudança no hábito de consumo obrigou os estabelecimentos a se adequarem para não perderem suas vendas. Dessa forma, os bancos e instituições financeiras começaram a oferecer os serviços de crédito e débito através da “maquininha” de cartão, cobrando uma tarifa por isto.

Muitos estabelecimentos acabam repassando es-

ses custos ao consumidor através da perda de descontos na compra à vista (com cartão) ou a imposição de valor mínimo para compra. Contudo, esta já era uma conduta considerada abusiva pelos órgãos de defesa do consumidor perante a Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) e vinha atuando estabelecimentos por esta prática.

O que era um forte e majoritário entendimento, inclusive jurisprudencial, agora é lei. Desde 19 de Janeiro de 2016, passou a vigorar a Lei nº 16.120/16 no Estado de São Paulo, que proíbe a imposição de valor mínimo para compras e consumo em compras feitas com cartão de crédito ou débito.

Para efeitos dessa lei, a compra paga com cartão de crédito (única parcela) ou débito é considerada à vista e equiparada ao dinheiro. A loja não é obrigada a aceitar outro meio de pagamento que não o dinheiro, desde que o comunique de maneira ostensiva. Com certeza esta prática irá desbancar as vendas, então, uma vez que a loja aceite os cartões como meio de pagamento, devem se adequar à lei.

Nestes casos, a fiscalização poderá ocorrer *in loco* mediante denúncia ou campanhas do Procon, podendo a prova da infração ser mediante apresentação de documentos (notas fiscais), por exemplo. O comércio que sustentar a plaqueta de com-

pra mínima poderá ser autuado no ato.

O infrator estará sujeito a instauração de um procedimento administrativo e a imposição de multas que variam de R\$ 457,44 e R\$ 6.861.676,20, dependendo de vários fatores (alcance da infração e número de pessoas atingidas, tamanho do estabelecimento, vantagem auferida, rendimento da empresa, reincidência etc).

Como alternativa aos custos cobrados pelas tarifas das ditas “maquininhas”, há no mercado atual várias opções e alternativas. Existem aparelhos que são alugados por prazo certo, operações realizados

através de telefone celular, aparelhos com convênios de bandeira sem tarifa, entre muitas outras opções.

É certo que na hora de fechar o contrato para este tipo de prestação de serviços (maquininha) é importante estarmos atentos para as regras gerais, principalmente no tocante às rescisões contratuais e a possível aplicação de penalização e prazos para romper o serviço. Pesquisar as reclamações contra essas operadoras também é uma boa dica. Em caso de dúvidas procure um profissional, sindicato ou sua associação e boas vendas!

Dr. Noedy de Castro Mello
Coordenador de Assuntos Jurídicos

INTERATIVIDADE

A notícia do século

Ao “passar pelos noticiários” da Internet, eis que me defronto com uma manchete fora do comum. Sobre o lançamento, no Brasil, de um remédio, em cuja eficácia estaria o aumento do Q. I. (“Quociente de Inteligência”) dos pacientes. Algo fabuloso! Pois, a ampliação do nível mental pelo uso de uma simples droga deveria ser a notícia do século! Com a mutação de todos em gênios, a Humanidade viraria uma “Genialidade”! Mas, como poderia um componente químico influir na Genética? Ou na Matemática, que estabelece o quociente entre a idade mental e a cronológica?!... Como atuaria um remédio para “ensinar” às pessoas os múltiplos conhecimentos alheios à sua formação fisiológica?!... Seria possível, por exemplo, uma criança de quatro

anos e sem o devido estudo, apenas através do consumo de uma pílula, conseguir solucionar questões de função logarítmica?!... Ou, resolver problemas que dependam de razões empíricas?!... Sem dúvida, algo revolucionário estaria sendo ali apresentado por um simples anúncio disfarçado de notícia... Uma pequena pílula propiciadora de todo o conhecimento humano! Uma “sabedoria final” unânime e definitiva! Enfim, a sonhada superpanacea!

Ainda, segundo aquela “informação”, havia políticos e empresários tentando coibir o “fabuloso benefício” à população. E até cientistas a pleitear a proibição do medicamento devido à vantagem injusta com que privilegiava seus consumidores. Ao pesquisar mais sobre o tema, descortinei uma quantidade de fatos relacionados às drogas que, possivelmente, potencializariam

o Q. I. dos indivíduos. O tema, por exemplo, sob o título “A Pílula da Inteligência” foi, em novembro de 2009, matéria de capa da edição de número 271 da revista “Superinteressante”. Em cujo teor aparecia citado um estudo do jornal científico “Nature”, pelo qual 25% dos universitários tomariam remédios para melhorar o desempenho na competitividade cognitiva. E que neurologistas de universidades norte-americanas defenderiam a liberação de medicamentos de tarja preta (controlados) a fim de facilitar o aumento do Q. I. de quem o desejar. Na ampla reportagem, além da citação explícita dos medicamentos, havia o alerta de que muitas das antigas “drogas miraculosas” não ampliavam a inteligência. Mas, serviam para viciar os usuários. Sob o título “Viagra Para o Cérebro”, em 29 de setembro de 2014,

a revista “Época” também abordou o tema. E mencionou a “onda” que prevaleceu no “universo anabolizado” dos EE.UU. em busca desses ampliadores de inteligência. Em geral, misturas de estimulantes, vitaminas e moléculas de proteína, lá livremente adquiridos, por estarem classificados como “suplementos alimentares”, e não remédios. Muitas vezes, no entanto, estimulados pelo sonho do aumento da inteligência, pessoas “espertas”, através da simulação de sintomas, logravam obter receitas médicas. E assim, ingeriam drogas totalmente ineficazes quanto à melhoria da habilidade cognitiva.

Como “inteligência é poder”, tal tipo de consumo atende aos que buscam competência, competitividade e formas de superar e até enganar os outros. E isso, ainda em sequência à “Lei do Mais Forte”. Que rege os irracionais. Já que inte-

ligência como complemento da força, não é inteligência. Pois, mesmo como “razão” de enriquecimento, ainda faz parte da Força. Como Aristóteles, Tomás de Aquino definiu a Verdadeira Inteligência através da “Sindérese”: “Uma lei mental que transparece na condição espiritual, inata, espontânea e imediata dos racionais dominarem os primeiros princípios da Ética a fim de obterem uma intuitiva orientação para o comportamento moral”. Pois, os princípios éticos consolidam a Sabedoria, que, pelo comportamento moral, cria a Harmonia (Justa Beleza). Assim, a Inteligência, como “força que domina os princípios”, só terá eficácia, se estiver integrada à Sabedoria e à Beleza da Justiça. Eis aí, dentro de nós, o remédio!...

Paulo Cesar Cavazin

Comerciantes revelam sucesso de vendas com a campanha “Compras Premiadas”

Promoção promovida pela ACIL e Sicomércio entregou 67 mil reais em prêmios para consumidores e vendedores

Em 2015, a campanha “Compras Premiadas” realizada pela ACIL em parceria com o Sindicato do Comércio Varejista de Limeira (Sicomércio) premiou

106 ganhadores entre consumidores e vendedores do comércio de Limeira em apurações divididas nas principais datas comemorativas do ano: Dia

das Mães, Dia dos Namorados, Dia dos Pais, Dia das Crianças e Natal. No total, foram entregues 67 mil reais em prêmios.

A ação promocional que tem

como objetivo fomentar o consumo no comércio local, contribuindo assim, com o desenvolvimento da economia limeirense, foi muito elogiada pelos asso-

ciados, que ao participarem da campanha ofereciam algo a mais para o consumidor: a chance de concorrer a excelentes prêmios durante o ano todo.

Ótica e Relojoaria Milly



Cliente sorteado ganhou uma Smart TV 50” no Dia dos Pais

“A campanha dá um retorno muito positivo para as lojas participantes e atrai muitos clientes. Por isso indico a adesão das empresas porque a promoção é um diferencial que ajuda a conquistar o consumidor.

Na Milly, nós sempre oferecemos os cupons para avançar as vendas.”

Karolyne Quesada - Gerente

Santos Calçados

FOTOS: ACIL/LEONARDO BARDINI



Loja com mais cupons sorteados em 2015

“Os clientes chegam pedindo o cupom e já esperam este tipo de campanha. Eles são atraídos pela promoção e os vendedores ganham credibilidade com os consumidores ganhadores da loja. Todos devem participar, pois é uma ótima forma de atrair os clientes, além de voltar sua visão para o comerciante da cidade. É uma forma de marketing para a loja, trabalhando juntamente com os sinalizadores e materiais fornecidos pela ACIL.”

Edinalva Barbosa dos Santos – Gerente

Tunell Surf Shop



Cliente sorteado ganhou um notebook no Dia das Crianças

“A importância de poder participar da campanha ‘Compras Premiadas’ é poder ter sempre mais um atrativo para oferecer para o nosso cliente que a cada dia está mais exigente e seletivo. Além disso, com a promoção sempre estamos na mídia e quem é visto é lembrado. A divulgação é muito boa e o custo benefício também, então os lojistas devem fazer a adesão sim, porque tudo o que fazemos para o nosso consumidor faz diferença.”

Kelli Baccan Muller - Proprietária

Rede Drogalim



Cliente sorteado ganhou um Uno zero km no Natal

“A campanha é importante porque divulga o comércio e traz benefícios, contemplando o consumidor. O prêmio mais esperado do ano foi entregue para nosso cliente e isso fomentou o movimento na loja e criou uma grande expectativa na nossa clientela, que sempre pergunta quando será o próximo sorteio.

Além de ter uma grande oportunidade de incentivar o nosso negócio oferecendo prêmios expressivos ao longo do ano, a campanha faz com que os nossos clientes não comprem em outras cidades, ou seja, ainda traz muitos benefícios para a economia de Limeira.”

José Roberto Calderari – Proprietário

Pais devem ficar atentos para evitar desidratação infantil durante o verão

A combinação de altas temperaturas, típicas do verão brasileiro, com o período de férias escolares e viagens em família pode se transformar em um prato cheio para o aumento de casos de desidratação infantil nesta época do ano. O alerta é da Sociedade Brasileira de Pediatria.

O presidente do departamento Científico de Pediatria Ambulatorial da entidade, Tadeu Fernandes, explicou que o quadro de desidratação consiste na perda de água pelo organismo por meio de vômitos, diarreia ou mesmo pelo suor.

“Muitas crianças ficam desidratadas por causa do calor, do excesso de exposição ao sol ou quando não há uma preocupação, por exemplo, em manter o quarto fresquinho. A criança perde ca-

lor pela pele, transpirando. Isso acontece principalmente entre crianças pequenas, que não têm boa reposição.”

Segundo o especialista, alimentos mal acondicionados podem atuar como grandes vilões durante o verão, sobretudo em praias, festas e restaurantes. “No verão, se a gente não conserva direito os alimentos, eles estragam mais rápido. Um iogurte comprado no mercado, por exemplo, ao entrar em contato com as altas temperaturas do portamalas, pode já chegar em casa azedo e, posteriormente, é servido à criança.”

Dicas simples de prevenção, de acordo com o pediatra, incluem evitar pedir gelo para sucos e rodela de limão ou laranja em refrigerantes. “Onde essas frutas estavam guar-

dadas e há quanto tempo? Será que esse gelo foi feito com água filtrada ou da torneira? A ideia é limitar o risco.”

Também é preciso ficar atento para oferecer água constantemente para as crianças.

Os sinais de desidratação infantil incluem urina muito concentrada e em menor quantidade, criança mais irritadiça, pele com menos elasticidade e de aparência seca e olhos fundos. Em bebês, é possível perceber ainda a moleira com aspecto afundado. A orientação é procurar serviço médico sempre que houver quadro de vômitos e diarreia, para que a situação não se agrave.

“O mais importante, no tratamento, é a terapia de reposição oral com o soro preconizado pela Organização Mundial da Saúde, que pode ser retirada



DIVULGAÇÃO

É preciso ficar atento para oferecer água constantemente para as crianças

do gratuitamente em postos de saúde ou comprado nas farmácias. É, inclusive, mais seguro do que preparar o soro em casa, já que pode haver erros na preparação, como mais sal ou menos sal”, explicou.

“Muitas mães se enganam utilizando bebidas isotônicas como soro para reidratação. Elas não servem para reposi-

ção em casos de diarreia, vômito e desidratação infantil. Outra lenda é o uso da água de coco, que não é a bebida correta para se fazer a reidratação oral. Também não adianta dar água pura para a criança porque o que ela perde é água salgada, com sódio e potássio.”

Fonte: Agência Brasil

DE OLHO

Curso de dança de salão no Nosso Clube

Estão abertas as inscrições para o curso de dança de salão ministrado pelo professor Alexandre Seregati no Nosso Clube. Com encontros semanais às quintas-feiras, o curso tem início no dia 4 de fevereiro.

As aulas serão oferecidas em duas modalidades, individualmente ou em casais. As inscrições avulsas para associados, que terão aulas gratuitas, devem ser feitas na secretaria do clube. Não sócios, que pagam mensalidade de R\$ 50 por pessoa, devem se inscrever diretamente com o professor, no primeiro dia de aula. A turma terá um máximo de 50 participantes. As aulas seguirão até junho, sempre com início às 19h30.

Também podem se inscrever casais, que terão aulas no nível iniciante. Nesse caso, é obrigatório ter par. Os associados devem se inscrever na secretaria. Para os não sócios, as inscrições serão efetuadas com o professor no primeiro dia de aulas, que começarão às 20h30. A mensalidade para o casal de não sócios custa R\$ 90. As aulas terão duração até novembro, com férias em julho. Serão aceitos no máximo 40 casais.

Mais informações pessoalmente na secretaria do clube ou pelo telefone 3404-8466.

Pátio Limeira Shopping recebe exposição “Vibração Ascendente”

A mostra foi organizada por Allan Lourenço, professor de filosofia, sociologia, história da arte e pintura e está disponível para visita gratuita no piso superior do empreendimento.

Na exposição, o artista tenta captar os elementos subjetivos mais intrigantes que acompanharam a constituição da humanidade ao longo de mais de dois mil anos. A mostra conta com uma articulação entre pintura e a literatura, as duas linguagens trabalhadas pelo artista ao longo de sua carreira.

“Em síntese, vibração ascendente é um conjunto de composições modernas sobre o estado da humanidade ao longo da história, propondo uma passagem do caos a harmonia, a fim de promover reflexões críticas imanentes à nossa condição humana”, explica o artista.



Natural de Limeira e com 19 anos, Allan Lourenço participou em 2015 da primeira edição da Virada Cultural Paulista na cidade, com a exposição artístico-literária Caos Ascendente. Em 2014 e 2015 manteve o segundo lugar no XVII e XVIII Prêmio Cidadão de Poesia, patrocinado pelo Sindicato dos Comerciários de Limeira. Atualmente mantém seu movimento artístico, o Brisaísmo, no qual conta com a participação de outros dois autores.

Nosso Clube traz de volta a magia dos grandes carnavais em duas noites e duas matinês

Conhecido por promover um dos carnavais mais tradicionais e animados do interior paulista, o Nosso Clube vai prestar uma homenagem à sua história de folia neste ano. Em duas noites e duas matinês, os associados e seus convidados serão recebidos com muitas atrações no Nosso Carnaval – 83 Anos de Samba. A animação ficará por conta da banda Estação Folia, que está preparando um repertório com muitas marchinhas e sambas-enredo.

As noites, voltadas apenas para maiores de 18 anos, serão nos dias 6 e 8 de fevereiro, a partir das 21 horas, no Salão Social. No mesmo local, acontecerão duas matinês estendidas, das 15 às 21 horas, nos dias 7 e 9. Na segunda noite, haverá a escolha do bloco mais animado. Os interessados em inscrever seus blocos devem fazê-lo na secretaria do clube. Na matinê do dia 9, haverá entrega de medalhas para todas as crianças fantasiadas.

Não sócios podem participar mediante aquisição de convites, que custam R\$ 40 para uma noite e R\$ 60 para as duas. Nas matinês, os ingressos para maiores de 13 anos saem por R\$ 40 para um dia e por R\$ 60 para os dois. Crianças de 7 a 10 anos pagam R\$ 15 e de 11 e 12 anos, R\$ 20. Menores de 6 anos não pagam.

Para maior comodidade, também é possível reservar mesas para quatro lugares. Cada uma custa R\$ 40 para uma noite e R\$ 60 para as duas, tanto para associados quanto para não sócios. As reservas devem ser feitas na secretaria do clube ou pelo telefone 3404-8466.

Recanto especial – A folia do Nosso Clube será aberta no dia 5 de fevereiro, quando acontecerá uma edição especial do Recanto Musical. A partir das 20 horas, no Nosso Bar, a banda Rosa Mística apresentará o show Sambas de Todos os Tempos, já esquentando os tamborins para o Carnaval nossoclubino.

Perder um cliente por mau atendimento no pós-venda representa um alto custo para a empresa

Há 15 anos, um cliente insatisfeito tinha duas alternativas para resolver seu problema com uma empresa – enviar uma carta pelo correio, fax ou e-mail; ligar para um call center. A solução podia chegar ou não.

Mas fosse positiva ou negativa, a experiência seria trombeada entre o grupo de parentes e amigos e, às vezes, com sorte, por um serviço de registro de reclamações de algum veículo de comunicação.

Nos dias de hoje, além dos canais convencionais, o consumidor pode decidir ir direto a sites como o Reclame Aqui, às redes sociais ou usar o espaço de Avaliação de Usuários para analisar negativamente um produto ou serviço. E os registros ficam expostos ao público por anos.

Poder de fogo

O *ombudsman* foi atropelado nesse novo mundo e, agora, são as empresas que correm atrás dos consumidores para minimizar os danos. Ao invés de 5 a 15 pessoas que atingiria nos anos 2000, o comentário de hoje pode alcançar milhares e ainda servir de incentivo para outros reclamantes abrirem fogo contra aquela marca.

Em qualquer situação, lembra Gisele Porto, diretora de relacionamento do site Reclame Aqui, “a empresa corre um alto risco de imagem e queda na intenção de compra dos clientes”. Isso vale para grandes e pequenas empresas.

Fundado há 15 anos, o portal mantém no ar o escore atualizado de cada empresa alvo de reclamação, e faz o ranking periódico das campeãs. Tornou-se assim um dos mais eficientes telhados de vidro do mundo empresarial do Brasil.

Infelizmente, ainda não há uma visão estratégica do pós-venda como um instrumento de fidelização ou, melhor ainda, de uma etapa dentro de um ciclo de consumo, que pode ser renovado continuamente.

Essa resistência de muitas organizações em cuidar do cliente, de acordo com a executiva do Reclame Aqui, está diretamente relacionada ao grau de competição existente em cada setor. Empresas de e-commerce estão entre as mais cuidadosas. Já as prestadoras de serviços oligopolizados, como telefonia, TV a cabo e energia, não por

acaso figuram entre as campeãs históricas de reclamações.

O cliente chateado

Quando se fala em mágoa do cliente com uma empresa, a queixa pode estar dirigida formalmente contra um produto, mas o que de fato aborrece e até torna o consumidor um inimigo da marca é o conjunto de serviços envolvidos, que o atinge pessoalmente.

São fatos como displicência do atendimento do call center, o empurra-empurra entre fabricante e loja, encomendas de Natal que chegam no Carnaval, gerentes de banco que subestimam a inteligência do cliente.

Pode ser também um Fale Conosco digital que raramente responde as mensagens ou fabricantes que deixam o comprador refém da assistência técnica, sem assumir nenhuma responsabilidade em moralizar a cadeia de valor.

Tesouro estratégico

Olhando pelo lado cheio do copo, cuidar do atendimento pós-venda pode ser uma das melhores decisões de uma empresa que quer ser a marca de preferência do cliente. Uma decisão que também vai servir de antídoto para tempos de recessão econômica. Como sentenciou o guru de gestão Peter Drucker, “o propósito de um negócio é atrair e manter o cliente”. Simples assim. A compra não se encerra com a emissão da nota fiscal.

O que é o atendimento pós-venda?

Emitiu a nota fiscal, tem início a fase de pós-venda, tão falada e tão incompreendida. Envolve as ações destinadas a assegurar a satisfação do cliente ou resolver uma insatisfação.

Incluem a busca de *feedback* sobre o produto e qualidade de atendimento e chegam às ações de troca, defeitos, consertos e instalação de equipamentos, esclarecimento de dúvidas e até um cuidado especial, como o envio de consultores à casa do cliente para ensinar a usar ou instalar.

Um dos exemplos mais simbólicos desse tipo de atendimento são as campanhas de recall da indústria automobilística. Ações que as automotivas só passaram a fazer voluntaria-

mente depois de pressionadas pelos consumidores americanos na justiça.

No entanto, embora reclamações façam muito barulho, a maior parte das demandas de pós-venda se refere a sanar dúvidas sobre o uso do produto comprado. Este não é motivo para despistar um cliente que liga aflito.

Por que o pós-venda é importante?

Os consultores de empresas e especialistas em vendas consideram que há poucas ferramentas tão produtivas quanto o *feedback* trazido pelo cliente insatisfeito – ou satisfeito.

Como lembra a diretora do Reclame Aqui, é o que fazem as empresas que verdadeiramente têm uma “visão do cliente”. Gisele Paula recomenda que as empresas saibam “ouvir” estas queixas e usem as informações digeridas para levar melhorias ao negócio.

Vantagens da boa qualidade

- Falar com um atendente capaz de criar empatia e buscar uma solução no menor tempo possível contribui para criar uma imagem positiva do negócio;
- Ser entendido em suas aflições faz o cliente se sentir valorizado e confiante para adquirir novos produtos e serviços e ainda fazer boas recomendações;
- Ouvir o cliente pode substituir uma onerosa pesquisa de mercado, pois também representa uma oportunidade de conhecer em profundidade suas necessidades e preferências;
- Dar atenção evita que o consumidor se sinta abandonado, situação comum no mundo de consumo no Brasil (pesquisa da consultoria GfK confirma que o brasileiro não sabe a quem recorrer quando precisa utilizar um serviço pós-venda);

Quais os recursos disponíveis para o pós-venda?

Grandes empresas costumam fazer a gestão do atendimento e montar departamentos especializados no pós-venda, apoiados por programas de CRM (Customer Relationship Manager). Entre os canais de comunicação direta utilizados com o cliente pela estrutura de pós-venda, os convencionais ainda têm papel importante – o telefone, o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), o espaço Fale Conosco (e-mail), ouvidoria e atendimento online, co-

mo chats. Até a rede de assistência técnica entra nesta categoria.

Mas os canais dos velhos tempos podem ser ignorados por muita gente, que vai direto para as páginas nas redes sociais mantidas pela empresa ou para o Facebook e Twitter. Pelo peso que ganharam estes canais, um dos serviços que se tornaram altamente necessários é o acompanhamento das redes sociais feito por especialistas.

Pequenas empresas podem recorrer a soluções mais simples para que o cliente sinta-se valorizado. São iniciativas como visitas técnicas, reuniões para o acompanhamento do trabalho ou ligações esporádicas para saber o grau de satisfação com o produto ou serviço e até mesmo pesquisas qualitativas. Para verificar como está o desempenho do atendimento um dos recursos consiste na figura do cliente oculto.

Como criar uma cultura de cliente?

Mas nada disso terá efeito se não houver o envolvimento da liderança da empresa. Como toda ação que muda hábitos e implanta novos procedimentos, a criação de uma política de pós-venda exige o exemplo vindo do principal líder da empresa e o envolvimento do corpo executivo.

Uma das maneiras encontradas para enfatizar a importância do cliente consiste em vincular a qualidade do atendimento ao programa de remuneração variável. Para levar o bônus anual inteiro para casa, executivos e funcionários precisam contar com a satisfação do cliente.

Por se tratar de serviços, as avaliações estão sujeitas a muita subjetividade. Algumas empresas usam simplesmente o princípio do “se voltou a comprar, é porque gostou”. Existem outras formas de monitorar a satisfação, como usar as informações gerais sobre o SAC, acompanhar os indicadores do canal telefônico e dos canais digitais e, principalmente, os indicadores de solução de problemas.

O que irrita e afasta o consumidor?

Uma das razões para o pé atrás do brasileiro com o atendimento pós-venda, lembra Gisele Porto, está na forma com que foi implantado no país. “Quando as empresas tiveram que informar um número de telefone para dú-

vidas e reclamações, houve uma enxurrada de manifestações. Pegou todo mundo desprevenido.”

Às pressas, as grandes companhias terceirizaram o atendimento. Da noite para o dia, as empresas de call center montaram grandes equipes sem dar capacitação, sem saber se teriam condições emocionais para lidar com uma tarefa delicada e pagando um salário mínimo, remuneração incompatível com as exigências da função. “Até hoje, persiste o trauma dessa experiência e a má imagem do serviço”, explica a executiva.

Mesmo com tantos exemplos a evitar, muitas empresas continuam percorrendo nos mesmos erros. E não há boa vontade do consumidor que resista diante de práticas como essas, coletadas pelo site Reclame Aqui.

O que consumidor detesta

- Passar por um número excessivo de etapas até conseguir chegar no atendente – uma distração e precisa começar tudo de novo;
- Esperar muito tempo na linha - ficar na espera de atendimento e ter que ouvir musiquinha ou pior, propaganda de produtos;
- Sofrer jogo de empurra, sendo jogado de um canal ou setor para outro;
- Repetir a mesma história a vários funcionários, mesmo tendo número de protocolo;
- Receber atendimento robotizado, em que fica visível a leitura de um roteiro pelo atendente;
- Ouvir que o sistema está inoperante ou até ter a ligação interrompida quando chega com um problema;
- Ver a empresa descumprir o que prometeu em termos de prazo ou condições;
- Revendo a lista de irritações, não parece tão difícil manter um atendimento correto. A diretora do Reclame Aqui ressalta que tudo se resume a reduzir o esforço do consumidor na busca de uma solução.

Principal lição do Reclame Aqui:

“Qualquer pessoa se enraivece quando encontra barreiras”, explica Gisele Porto. “Diminua as barreiras no pós-atendimento e verá o cliente voltar a comprar ou, no caso de um cancelamento de serviço, se despedir com gentileza e deixar uma porta aberta.”

ACILMED

A ACILMED É UMA PARCERIA DA ACIL COM PROFISSIONAIS E EMPRESAS DA ÁREA DA SAÚDE PARA ATENDER AOS ASSOCIADOS E SEUS FUNCIONÁRIOS OFERECENDO DESCONTOS. O OBJETIVO É DISPONIBILIZAR CONSULTAS, OBTENÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS A UM PREÇO REDUZIDO. PARA UTILIZAR BASTA CONSULTAR A RELAÇÃO DOS PARCEIROS E RETIRAR A GUIA NA RECEPÇÃO DA ACIL.

CIRÚRGICAS

- **Hospitecc**
Fone: 3702-8001

DROGARIA

- **Doriamed Laranjeiras**
Fone: 3442-6707
- **Farmaup Princesa**
Fone: 3441-9811
- **Drogaria Santa Fé**
Fone: 3442-6841
- **Drogaria Total Centro**
Fone: 3441-8969

ESTÉTICA

- **Espaço Bem Estar**
Fone: 3445-3772

ENFERMAGEM E ATENDIMENTO DOMICILIAR

- **Polisaúde – Cooperativa de Serv. da Área de Saúde**
Fone: 3444-4300
- **Adriano Alves – Cuidadores de Idosos, Adultos e Crianças**
Fone: 4103-2202

FARMÁCIAS HOMEOPÁTICAS

- **Botica Bella Terra**
Fone: 3446-7111
- **Farmácia Homeoervas Homeopatia e Manipulação**
Fone: 3441-8087
- **Miligrama Farmácia de Manipulação**
Fone: 3451-6160

FISIOTERAPEUTA

- **Instituto de Fisioterapia e Reabilitação Abbade**
Fone: 3441-5546
- **Vita e Lumière – Clínica de Fisioterapia e Medicina Integrada**
Fone: 98135-1131

FONOAUDIOLOGIA

- **Dra. Eliana Ap. Guarino Clínica Clidiloe**
Fone: 3441-5260/3441-4382

LABORATÓRIOS

- **Labcenter Laboratório Clínico**
Fone: 3451-0251/3442-3244
- **Laboratório Análises Clínicas Preulab**
Fone: 3441-5311

LABORATÓRIOS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES DE DIAGNÓSTICO

- **CDD – Centro de Documentação Digital**
Fone: 3713-8389
- **Gold Imagem**
Fone: 3404-4530
- **Idealclinic Centro Médio e Laboratório**
Fone: 3701-2412/3701-2413

ODONTOLOGIA

- **Centro Odontológico Dra. Lucykenia T. Rezende**
Fone: 3444-1093
- **Consultório Odontológico Dr. Guido A. Arcaro Jr.**
Fone: 3442-6928
- **Dr. José Renato Corrêa da Silva**
Fone: 3441-5047
- **Dra. Agda Tais Garcia da Silva**
Fone: 3443-1452
- **Dra. Marília Ferrete Rodrigues**
Fone: 3452-2327
- **G R Odontologia Especializada Dr. Edimir Forti Ricomini Dra. Mariângela Gimenez Ricomini**
Fone: 3451-5863
- **Easy Odontologia**
Fone: 3441-3353
- **Implanlife**
Fone: 3701-4841
- **Odontobom**
Fone: 3444-1165

• Odontoclinic

Fone: 3702-5558

• Odontologia Santa Josefa

Fone: 3445-2703

• Ortoriso

Fone: 3442-6898

• Sorria Melhor Odontologia

Fone: 3701-3010

ORTODONTIA

• Centro Odontológico

Dra. Lucykenia T. Rezende

Fone: 3444-1093

• Clínica Redeorto

Fone: 2114-3406

• Dr. Geraldo Angelo Antonellini

Fone: 3453-6281

• M Max Ortodontia

Fone: 3444-0165

• Odontobom

Fone: 3444-1165

• Ortoclinic

Dr. José Carlos Capiro Migliolo

Fone: 3451-7155

• Sorria Melhor Odontologia

Fone: 3701-3010

ÓTICA

• Óptica Crislen

Fone: 3441-1480

• Óptica Barbosa

Fone: 3441-1898

• Óptica Marucho

Fone: 3443-1669

• Ótica Limeira

Fone: 3441-9809

• Ótica Pizani

Fone: 3442-3207

Ótica Visão Amiga

Fone: 3033-4042

• Ótica Visional

Fone: 3441-5463

• Super Ótica São José

Fone: 3702-5813

PRODUTOS HIPOALERGÊNICOS

• Alergoshop

Fone: 3441-5023

PSICOLOGIA

• Dra. Karina Terezani Pinheiro

Fone: 99612-1011

• Dra. Nívea Alexandra A. Barreto

Fone: 3034-1483

• Dra. Giovana Bertagna

Fone: 99776-4164

• Dra. Ana Paula Gomes de Souza

Fone: 98124-3780

PSICOPEDAGOGIA

• Dra. Eliana Ap. Guarino

Clínica Clidiloe

Fone: 3441-5260/3441-4382

• Clínica Centro Educacional

Heitor Villa Lobos

Fone: 3703-1221

TERAPIAS COMPLEMENTARES

• Dra. Eliana Ap. Guarino

Clínica Clidiloe

Fone: 3441-5260/3441-4382

Cromopuntura, Quirofonética, Acupuntura Auricular, Acupuntura Sistêmica, Acupuntura Estética, Acupuntura Facial e Corporal e Crânio-Acupuntura, Acupuntura sem Agulha, Moxa, Ventosa, Florais de Bach, Massagem Terapêutica e Liberação Miofascial, Biotipologia e Alimentação

• Gislaíne Ferraz Terapeuta Holístico

Fone: 3034-7646

VETERINÁRIO

• Estima Policlínica

Veterinária Ltda.

Fone: 3442-2364

CONTATO

19 3404-4900

acil@acillimeira.com.br