

VISÃO

ACIL
DISTRIBUIÇÃO GRATUITA



Empresarial
Limeirense

www.acillimeira.com.br • ANO 16 | EDIÇÃO 649

★ JORNAL DA ACIL ★

22 de Fevereiro a 8 de março de 2021 • Limeira-SP

ACIL

Agora a ACIL tem um canal exclusivo no Telegram!

Participe do nosso grupo oficial e receba todo o conteúdo especial preparado pra você.

- Notícias
- Dicas e orientações
- Agenda de eventos
- E-books especiais

t.me/acilnoticias

Acesse o link e nos acompanhe por lá!



CME da ACIL celebrará 17º aniversário em evento para 50 empresárias

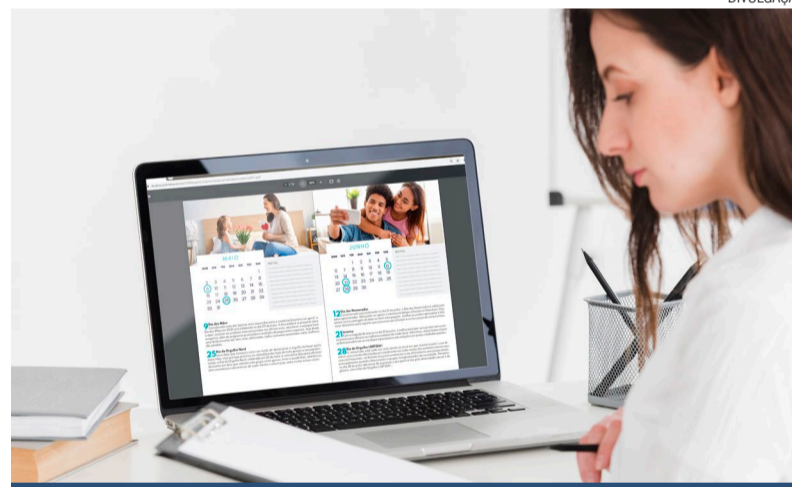
O Conselho da Mulher Empreendedora irá comemorar, no dia 16 de março, seu aniversário e também o Dia Internacional da Mulher. Como grande convidada da noite, a hairstyle e embaixadora da L'Oréal Professionnel, Jô Nascimento, falará sobre o empreendedorismo nos novos tempos.

pág. 5



DIVULGAÇÃO

ACIL disponibiliza Calendário Comercial para empresários



DIVULGAÇÃO

Para auxiliar o empreendedor a se organizar para 2021, a ACIL preparou um e-book com as datas que considera essenciais para o comércio. O guia traz dicas de marketing e vendas, assim como sugestões para aproveitar o potencial de cada dia. O download do Calendário Comercial é gratuito.

pág. 5

LIMEIRA TEM
O QUE VOCÊ
PRECISA!

Apoie o comércio da nossa cidade

Sou
Limeira

Prestigie o comércio da cidade

ACIL

Associados têm desconto especial para seminário com Alfredo Rocha

pág. 4

Saiba como estruturar uma pré-venda e aumentar a presença digital de sua empresa

págs. 6 e 7



MAIS
SEGURANÇA
NA REDE

Na ACIL você encontra o certificado ideal para seu negócio

CERTISIGN ACIL

EDITORIAL

Enfatizamos como tema desta pandemia da COVID-19, que continua afetando a população ainda mais nesta “segunda onda”, e está mudando todo modo de comportamento das pessoas, modo de agir em entidades, instituições e de todas as classes empreendedoras nas mais diversas atividades.

O isolamento social faz com que o setor de serviços fique para trás, como no caso dos bares, restaurantes, turismo, entre outras atividades que demandam a presença do consumidor, que com a restrição mais severa do consumo nestas áreas o efeito maior está na concentração dos gastos em itens básicos. Vimos isso na frequência das pessoas nos supermercados, o que gerou nítida alta da economia deste setor.

O comércio de eletrônicos também vem registrando sucessivas altas nas vendas com a adesão cada vez maior das pessoas ao ambiente digital, com cada um de nós se adequando e preparando para utilizar os recursos e ferramentas dessas plataformas nos vários ambientes virtuais como o comércio e o e-commerce, na indústria com os trabalhos home-office e nas entidades, instituições e escolas com reuniões e ensinamentos online. A influência dessa tecnologia vem mudando nossos hábitos pela modernização, agilidade e praticidade.

Com a chegada da vacina entende-se que as pessoas adquirem confiança de circularem com segurança, o que fará com que o varejo se recupere de forma acelerada por estar mais ligado à atividade presencial. Neste propósito e com essas demandas, a ACIL promove ações aos comerciantes, empresários e prestadores de serviços para se prepararem e fomentarem seus negócios, e nesta edição faz o lançamento de um e-book destacando as principais datas para o comércio no ano. Esse calendário possibilita que os comerciantes se preparem e se beneficiem com suas estratégias de vendas.

Destaco também que, com o apoio da ACIL, nos dias 09 e 11 de março, o palestrante Alfredo Rocha apresentará o evento “Projeto Empresarial 2021”. Serão 04 eventos para treinamento e capacitação de alta performance.

No dia 16 de março, o nosso Conselho da Mulher Empreendedora, comemora 17 anos. O CME vem atuando, capacitando e fortalecendo ativamente as notáveis empresárias limeirenses. Desejo a todos que 2021 seja de muito sucesso e oportunidades.



Francisco de Salis Gachet
Diretor da ACIL

VAI COMPRAR?

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

Extintor de Incêndio (39,72%)

Valor médio: R\$ 120,00

Imposto: R\$ 47,66

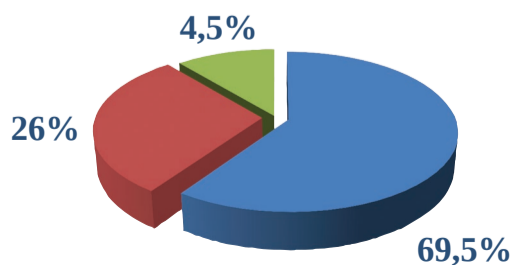


VOCÊ SABE PARA ONDE VAI TODO O DINHEIRO DOS TRIBUTOS?

UNIÃO

ESTADO

MUNICÍPIO



PENSE NISSO!

Fonte: Ministério da Fazenda – Receita Federal



Acerta

Positivo

O que é bom ficou ainda melhor: conheça o Acerta Positivo

- Score Positivo muito mais detalhado (positivo + negativo) baseado no hábito de pagamento.
- Indicadores de comprometimentos e pontualidade de pagamento.
- Recomendação para quem não possui uma política de crédito.
 - Visão completa com histórico de comportamento e comprometimento de pagamento.
- Testes comprovando a eficácia do nosso Score Positivo com aumento de aprovação de até 60%.
- Cerca de 100 milhões de pessoas já fazem parte do Cadastro Positivo da Boa Vista.

Saiba mais

✉ scplimeira@acillimeira.com.br

☎ (19) 3404-4949

EXPEDIENTE

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente - José Mário Bozza Gazzetta
1º Vice Presidente - Valmir Lopes T. Martins
2º Vice Presidente - Hélio Roberto Chagas
1º Diretor Secretário - Alexandre Gaib
2º Diretor Secretário - José França Almirall
1º Diretor Financeiro - José Luis P. Negro
2º Diretor Financeiro - Wilson A. Dantas
Diretor Patrimônio - José Geraldo V. Cardoso
Diretor Social - Francisco de Salis Gachet

CONSELHO DELIBERATIVO

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

Conselheiros

Alessandro Vieira
Antonio Francisco dos Santos
Arthur Salibe
Cássio A. P. dos Santos
Cássio Roque
Daniel Gullo de C. Mello
Emerson Cleiton da S. Camargo
Flávio Luiz Miguel da C.Lago

João Paulo M. de Godoy
José Roberto Piccinin
Leandro Zarus
Marcelo V. Bianchi
Raul S. Groppo
Reinaldo Bastelli Junior
Renato Laranjeira
Ricardo Kühl

CONSELHO CONSULTIVO

Presidente - Pedro Teodoro Kühl
Secretário - Renato Hachich Maluf

Conselheiros

Antonio Carlos Longo
Eduardo Hanna
José Carlos Schenk
José Luiz Battistella
Jurandir Bella
Odair José Giusti
Oswaldo Conti
Reinaldo Bastelli
Valter Zutin Furlan
Virgílio Rossi

CONSELHO FISCAL

Marcos A. R. Bozza
Reinaldo Chinelatto
Wilson Bertolini

O Jornal VISÃO EMPRESARIAL LIMEIRENSE é uma publicação do Informativo Empresarial de Limeira, editado pelo Instituto de Comunicação da ACIL. Registrado em 15 de abril de 1985, n.º 1º Ofício de Imóveis e Anexos da Comarca de Limeira, sob o n.º 12 do Livro B-1 de Registro de Jornais, Oficinas Impressoras, Empresas de Radiodifusão e Agências de Notícias.

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

EQUIPE JORNAL

Gerente Executivo: Divaldo Corrêa
Gerente Adjunta: Fabiana Schiolin
Redação e Edição: Rafaela Silva
Jornalista: Leonardo Bardini

ACIL
Associação Comercial e Industrial de Limeira

Rua Santa Cruz, 647 - Centro
Limeira/SP - CEP: 13480-041
Fone (19) 3404-4922
www.acillimeira.com.br
visaoempresarial@acillimeira.com.br

Encontre na eCHARM Semijoias as melhores peças para vendas em atacado, varejo e consignado

O brasileiro está sempre procurando por uma oportunidade de conseguir um dinheiro extra, seja para completar a renda ou para juntar com suas economias. Muitos encontram como saída a revenda de produtos, porém é preciso ter atenção para que não se esteja oferecendo aos clientes uma mercadoria de má qualidade.

É por isso que aqueles que buscam por itens de ótima fabricação e preço competitivo para revenda, encontram na eCHARM Semijoias o lugar ideal para compra, tanto no varejo quanto no atacado. Com promoções e descontos de até

70% e vendas parceladas, revendedores encontram na loja a melhor opção em peças totalmente consignadas e com lucros que podem chegar até em 30% nas vendas.

Acompanhando as modas e tendências do momento, a marca oferece um catálogo completo com vários modelos de gargantilhas, brincos, colares, tornozeleiras, pulseiras, tiaras e anéis (linhas adulto e infantil), todos com produção de altíssima qualidade e acabamento, além de garantia e envio para todo o Brasil. As novidades podem ser conferidas pelo perfil do Instagram

@echarm_semijoias ou Facebook “ECHARM Semijoias”.

Com loja física na Av. Marechal Arthur da Costa e Silva, 1.380, loja 37, dentro do Shopping Villa Real, a empresa também possui consultoras em várias regiões do Brasil, e convida os interessados em tornarem-se parceiros a entrarem em contato ou fazerem uma visita. As compras também podem ser realizadas digitalmente, através do WhatsApp (19) 99630-4267, o atendimento é de segunda a sexta-feira, das 9h às 18h e aos sábados, das 9h às 14h. Mais informações pelo e-mail echarm-semijoias@gmail.com.



DIVULGAÇÃO

A eCHARM oferece um catálogo completo de semijoias, com os melhores preços e condições para quem deseja se tornar um revendedor

Rede Squadriaco: há 30 anos auxiliando o consumidor a construir sonhos



DIVULGAÇÃO

Com peças de fabricação própria, a Rede Squadriaco tem a qualidade e o compromisso com o cliente como principal destaque da marca

A Rede Squadriaco atua há mais de 30 anos no mercado, unindo tradição e qualidade em um amplo catálogo de produtos. Um dos principais destaques está na fabricação própria de esquadrias em alumínio, além de uma equipe de consultores altamente qualificados para identificarem as melhores soluções para o consumidor que deseja construir ou reformar um imóvel.

A rede possui três lojas: duas em Limeira, uma na Rua Lavapés, 279, no Centro, e a outra na Av. Lauro Corrêa Da Silva, 4.000, no Adélia Cavichia Grotta; e uma terceira

inaugurada na cidade de Rio Claro (SP). Em todas é possível encontrar uma linha completa de esquadrias em alumínio, madeira e aço; portões e acessórios como gabinetes, fechaduras, dobradiças, puxadores, pias, portas sanfonadas, tanques, soleiras, entre outras coisas.

“Não poupamos esforços para melhorar a cada dia, pensando sempre em como auxiliar nossos clientes a realizarem o sonho de transformar suas casas em um ambiente mais harmonioso, seguro e acima de tudo com qualidade. Por isso investi-

mos fortemente no desenvolvimento do atendimento de nossos funcionários”, explicam os sócios-proprietários. Eles consideram que o compromisso com o consumidor é peça fundamental para a consolidação da marca como referência no mercado.

Através do perfil @redesquadriaco no Facebook e do @squadriaco_lojas no Instagram, é possível conferir alguns dos produtos, novidades, dicas e descontos que a rede de lojas oferece. O atendimento presencial é feito de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 18h, e aos sábados das 9h às 13h.

Doutor Imposto de Renda traz orientações para quem quer dominar o IR

Saber organizar o próprio Imposto de Renda (IR) não é uma tarefa tão simples e, na maioria das vezes, as pessoas preferem terceirizar isto através de escritórios contábeis. Por isso, é de extrema importância que estes profissionais estejam plenamente capacitados e atualizados para realizarem todos os cálculos necessários para esta declaração.

E para aqueles que desejam desenvolver ou aperfeiçoar ainda mais nesta área das finanças, é possível contar com a ajuda do Doutor Imposto de Renda, uma assessoria especializada em consultoria e treinamento para o Imposto de Renda da Pes-

soa Física (IRPF). A empresa é focada na capacitação e solução de dúvidas e pendências relativas ao tema e para isso se beneficia da expertise de seu fundador, o Profº Valter Koppe, Auditor-Fiscal aposentado, que possui carreira de quase 30 anos na Receita Federal, com mais de 25 anos dedicados ao IRPF, tendo participado de grupos nacionais e regionais especializados no assunto.

A atuação da assessoria é nacional, graças a sua metodologia de ensino à distância. Para isso se tornar possível, foram desenvolvidas capacitações para cada uma das áreas necessárias para a realização

correta do Imposto de Renda.

Há o curso “Declaração Erro Zero” voltado para escritórios e profissionais contábeis, mediante assinatura mensal; há os que abordam os ganhos de capital, renda variável, declaração de ajuste anual, declaração final de espólio, declaração de saída definitiva do País, tributação da atividade rural; e também outras capacitações voltadas para o público em geral, que podem ser conferidos no site www.doutorir.com.

Interessados podem entrar em contato com o Doutor Imposto de Renda pelo telefone e WhatsApp (19) 3440-5440 ou pelo e-mail falecom@dou-



DIVULGAÇÃO

Com a experiência do fundador Valter Koppe, na Receita Federal, a empresa oferece assessoria especializada em consultoria e treinamento para IR

torir.com. A empresa está presente no Facebook e Youtube como “doutorimpostoderenda”, no Instagram, Twitter e LinkedIn como @doutorir, e

também possui um podcast especial chamado “Pílulas do Doutor Imposto de Renda” que pode ser acessado em pilulas.doutorir.com.

Diretoria da ACIL recebe a visita do deputado estadual Murilo Félix

ACIL/RAFAELA SILVA



A reunião foi solicitada pelo deputado para debater ações em benefício da cidade e do empreendedorismo

No dia 11 de fevereiro, a ACIL recebeu a visita do deputado estadual, Murilo Félix (PODE) e sua comitiva. Estiveram presentes no encontro o presidente da ACIL, José Mário Bozza Gazzetta, os vice-presidentes da entidade Valmir Lopes Teixeira Martins e Hélio Roberto Chagas, e o diretor Wilson Antiquiera Dantas, além do chefe de gabinete do deputado, Beto Fagundes, junto à assessora parlamentar, Erika Morente, e a secretária executiva, Priscila Silva.

No encontro, o deputado se colocou à disposição da entidade para trabalharem juntos em benefício de Limeira, especificamente para desenvolver o empreendedorismo na cidade, assim como apoiar o empresário local que enfrentou várias restrições que o impediram de exercer sua atividade comercial, ocasionando inclusive o fechamento de muitos estabelecimentos.

Foi debatida a importância de investimento na região, com a vin-

da de novas empresas; e também o trabalho que pode ser feito pelo Governo Estadual para ajudar o empresário a equilibrar suas contas, visto que várias matérias-primas e produtos tiveram seu custo elevado nos últimos meses, ao mesmo tempo em que várias tributações tiveram suas isenções revogadas, aumentando ainda mais o custo das empresas.

Os programas de facilitação de crédito para os micros e pequenos negócios também foi pauta do en-

contro. Apesar de o Governo Estadual ter anunciado a liberação de crédito de R\$ 100 milhões via Desenvolve SP para as pequenas empresas paulistas, os diretores da ACIL destacaram que a verba é pequena em comparação com o número de empreendimentos que se enquadram na categoria, além disso, a burocracia para obter o valor é muito grande.

Em contrapartida, o deputado estadual afirmou que o governo pretende aumentar o crédito disponível no segundo semestre deste ano, com o intuito de beneficiar um maior número de empreendedores.

Para o presidente da ACIL, a reunião foi muito produtiva, no sentido de estreitar as relações com o deputado, a fim de reivindicar ações e projetos em benefício da classe empresarial limeirense. “O deputado estadual se colocou à nossa disposição para buscar iniciativas que beneficiem a classe, assim como relatou os trabalhos que já estão

sendo feitos para que esses objetivos sejam alcançados. Se mostrou disposto a fazer um bom trabalho por Limeira, inclusive questionou se teríamos interesse em participar de alguma comissão dentro da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (ALESP), falando que faria a indicação caso haja disposição do grupo em participar das discussões”, afirmou Gazzetta.

Os diretores da ACIL também ressaltaram o descontentamento por parte da classe empresarial com o Governo Estadual, em virtude das restrições e decretos que os prejudicaram nos últimos meses. “Muitas decisões prejudicaram diretamente o empresário, e continuam a penalizar esta classe”, destacou o presidente da ACIL. Ao mesmo tempo, o deputado Murilo Félix disse que hoje a prioridade do governo é vacinar a população para que no segundo semestre o foco possa ser direcionado à retomada econômica do Estado.

Alfredo Rocha apresenta Projeto Empresarial 2021 em Limeira

Alfredo Rocha é limeirense, empresário, escritor e o palestrante mais assistido em todo o Brasil, com público ao vivo de mais de três milhões de pessoas. E este ano ele está lançando o “Projeto Empresarial 2021”, com apoio da Associação Comercial e Industrial de Limeira (ACIL) e outras instituições, focado totalmente no empreendedorismo com quatro grandes eventos presenciais que serão realizados nos dias 09 e 11 de março, a partir das 19h.

No primeiro dia de evento, Alfredo traz o seminário “Moti-

vando todos para a Qualidade”, além de realizar o lançamento do seu livro “Quem Lidera Prospera”. No segundo dia, serão apresentados os temas “Excelência no Atendimento” e “O Campeão de Vendas”.

Os seminários apresentarão aos participantes maneiras de como atingir o comprometimento de todos com as metas; a melhorar o atendimento com o cliente; a preparar vendedores para os novos tempos; a desenvolver líderes de alta performance; a instigar a motivação da equipe para conquistar novos clientes; a melhorar a qua-

lidade de todos os setores de uma empresa; entre outros assuntos.

O evento está restrito a lotação máxima de 100 pessoas, e os 50 primeiros inscritos receberão uma edição do novo livro. Pontos de venda e informações pelos telefones/WhatsApp (19) 98322-1688 e (85) 99989-1111 ou pelo site www.ondec.com.br. Válido ressaltar que para os associados da ACIL, a Ondec que é a realizadora do evento, preparou um valor com desconto especial. O evento segue todas as medidas e recomendações previstas contra a COVID-19.

DIVULGAÇÃO



Alfredo Rocha é o palestrante mais assistido no Brasil, com público que ultrapassa os 3 milhões de pessoas

PROJETO EMPRESARIAL 2021

4 EVENTOS PARA TREINAR TODA SUA EQUIPE PARA A ALTA PERFORMANCE.

SEMINÁRIO
MOTIVANDO
TODOS PARA A
QUALIDADE

09 de março
19h às 20h

SEMINÁRIO
A EXCELÊNCIA
NO
ATENDIMENTO

11 de março
19h às 20h

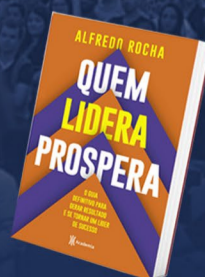
QUEM
LIDERA
PROSPERA

09 de março
20h30 às 21h30

SEMINÁRIO
O CAMPEÃO DE
VENDAS

11 de março
20h30 às 21h30

Lançamento do novo livro:
Quem Lidera Prospera



Desconto especial
para os sócios ACIL



Alfredo Rocha

Limeira
Zahara Hotel
Rua José Jorge
Rodrigues 469

(19) 9 8322-1688
www.ondec.com.br

REALIZAÇÃO
ONDEC
f ondecinamentos

ACIL
Associação
Comercial
e Industrial
de Limeira

Palestra com Jô Nascimento é o destaque do aniversário do CME da ACIL

O Conselho da Mulher Empreendedora (CME) da Associação Comercial e Industrial de Limeira (ACIL) irá comemorar, no dia 16 de março, às 19h, seu 17º aniversário e também o Dia Internacional da Mulher. E para celebrar esta noite mais que especial, o conselho convidou a hairstyle e embaixadora da L'Oréal Professionnel, Jô Nascimento.

No evento, a empreendedora limeirense irá ministrar a palestra "Empreendedorismo: como ressignificar o empreender em tempos de pandemia". Utilizando os anos de experiência que adquiriu no mercado, ela debaterá de forma prática questões como o que é empreender; o que mudou no

novo tempo; a humanização dos serviços; como se adequar aos novos tempos; entre outros assuntos.

As inscrições para participar da comemoração devem ser feitas no site www.acillimeira.com.br/agenda. Como será presencial, o evento tem vagas limitadas e seguirá todos os protocolos de segurança contra a COVID-19, com disponibilização de álcool em gel 70% e uso obrigatório de máscaras.

Sobre a palestrante

Jô Nascimento iniciou sua história no empreendedorismo com seu primeiro salão, o Jô Coiffure, que graças a sua incansável convicção em oferecer o melhor, conquistou o público mais exigente

de Limeira e região, tornando-se referência.

Hoje o salão é amplamente conhecido como Espaço Jô Nascimento, com serviços diversos como cabelo, SPA, estética e podologia, tudo feito com requinte e expertise por profissionais formados pela empresária, uma mestre que transmite aos novos talentos seus valores e paixão pela profissão.

Com currículo vasto e inúmeras certificações em renomadas academias internacionais, atualmente a hairstyle trabalha na área de educação da L'Oréal Professionnel, realizando workshops e shows. Como embaixadora da marca, ela a representa dentro e fora do País e participa da criação de coleções internacionais.



ANIVERSÁRIO CME & DIA INTERNACIONAL DA MULHER

Celebre essa data com o Conselho da Mulher Empreendedora da ACIL!

“Empreendedorismo Como ressignificar o empreender em tempos de pandemia”

com Jô Nascimento, hairstyle e embaixadora da L'Oréal Professionnel

Evento Gratuito
16 de março (terça-feira), às 19h
Na ACIL - Rua Santa Cruz, 647 - Centro
Inscrição: www.acillimeira.com.br/agenda
Vagas limitadas!
Não deixe para última hora
Mais informações: (19) 3404-4900

CME ACIL

Prepare sua loja para 2021 com o Calendário Comercial da ACIL

O e-book foi elaborado com as principais datas para o comércio realizar ações e promoções para atrair seu público e vender mais

Para auxiliar o empresário na retomada e organização de seus negócios em 2021, a ACIL ensina o empreendedor a preparar o seu próprio Calendário Comercial, onde poderá destacar as principais datas que irão movimentar a sua empresa. Com ele em mãos, o empresário pode criar estratégias de marketing e vendas, assim como ações para aproveitar o potencial de cada data, preparando a equipe e o estoque antecipadamente para possíveis demandas.

Além das dicas de como criar o próprio calendário, a Associação disponibiliza um

guia em forma de e-book, destacando algumas datas comemorativas deste ano, assim como observações que podem inspirar ideias de campanhas e estratégias para o empreendedor. Para baixar o material, acesse o site www.acillimeira.com.br.

Como criar um Calendário Comercial?

A primeira coisa que precisa ficar clara é que este tipo de calendário é uma ferramenta individual para cada negócio. Portanto, cabe à empresa identificar e direcionar suas metas e campanhas para as datas que fazem mais

sentido com sua proposta de produto e venda, sempre alinhando tudo isso com a demanda do consumidor.

Para isso é preciso conhecer o próprio cliente, assim como o fluxo de compras ao longo do ano. Caso achar necessário, pode-se realizar uma breve pesquisa para entender as datas que eles mais valorizam e se ela se encaixa no escopo do negócio. Lembrando que não importa a quantidade de datas que a empresa irá trabalhar, e sim a metodologia aplicada e a qualidade do que será feito, como também os possíveis retornos que as ações trarão.

Além de considerar as vendas, existem algumas ocasiões e comemorações que valem a pena ter a atenção da empresa, devido ao seu potencial de fidelizar clientes e consolidar a imagem da marca, impactando nos resultados futuros.

Por exemplo: empreendimentos que realizam ações e campanhas de valorização às suas colaboradoras no Dia Internacional da Mulher, costumam ganhar destaque e visibilidade devido ao seu engajamento com o público.

Também é válido ressaltar que o e-commerce ganhou ainda mais força nos últi-

mos meses, principalmente com hábitos de consumo pela internet ocasionados pelo período de quarentena. Mesmo quem não estava habituado a realizar compras online, passou a adotar esse tipo de comportamento.

Dessa forma, o recomendado é que todo estabelecimento possua algum tipo de venda online, seja através de um site próprio ou pelas redes sociais da empresa, como o WhatsApp e Telegram, facilitando o contato direto do cliente com os vendedores, sempre disponibilizando opções de entrega e retirada de produtos.

PROGRAME-SE E VENDA MAIS E MELHOR!

Confira no nosso ebook as datas comemorativas que podem alavancar o seu negócio

ACIL



Como aumentar a presença digital de sua empresa

Uma lição que a pandemia trouxe para o empreendedor mais tradicional é de que ele não pode mais fugir do digital. Foi praticamente impossível sustentar um negócio em 2020 caso a empresa estivesse ausente de redes sociais como o Facebook, Instagram ou WhatsApp, e mesmo aqueles que já utilizavam algumas ferramentas destas plataformas, precisaram se aprofundar mais no assunto para poder suprir as mudanças e necessidades causadas pela quarentena.

Após um ano tão atípico, em 2021 o comércio começou a tentar retomar suas atividades com atendimento presencial, porém é impossível abandonar o mundo online. Sendo assim, como aumentar ainda mais a presença digital de um estabelecimento? Para Leandro Moreira De Oliveira, diretor de atendimento na Agência Market-in e CMO na SmartComm Inteligência em E-commerce, para entrar ou transformar sua loja física no

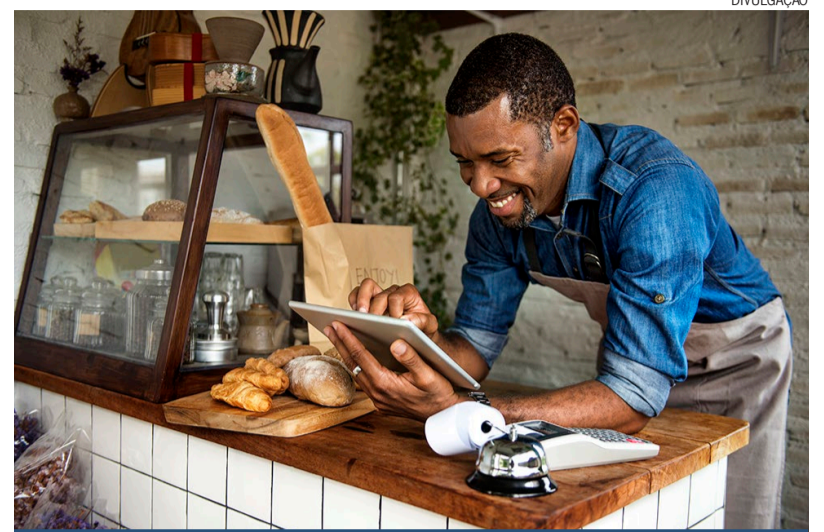
mundo digital da melhor maneira possível, é preciso inicialmente de uma equipe especializada ou agência que o ajude a entender seu próprio cenário digital ideal (qual rede social utilizar, se venderá no e-commerce, se atenderá por WhatsApp, entre outras coisas).

“Após saber onde se enquadrar, a empresa precisa conhecer a fundo a jornada do consumidor online, e uma das maiores falhas nisto são as demoras de atendimento e resposta em grande parte das empresas online. Após essa fase, é hora de definir o plano estratégico e operacional e partir para a execução”, aponta o especialista. Entender onde está o público de uma loja é essencial, para que não se invista tempo e recursos no canal de comunicação errado.

E aqueles que já possuem alguma atuação na internet e trabalham com vendas online, Oliveira aponta que os *marketplaces* hoje estão em ascensão. “Investir em

plataformas como Mercado Livre, Magalu e Shopee são estratégias que várias empresas estão adotando. Atualmente, outra vertente importantíssima, principalmente para pequenos comércios e serviços, é disponibilizar a negociação do serviço e um atendimento exímio via WhatsApp, pois hoje essa plataforma é a mais utilizada para relacionamento de consumidores com marcas e pode ser um aliado muito forte no processo de vendas e *feedback*”, explica.

Antes de se jogar no mundo digital, o empreendedor precisa estar atento para algumas situações e adotar os devidos cuidados, a fim de evitar problemas que podem complicar e muito sua trajetória online. Segundo o diretor de atendimento, um dos principais pontos é estar atento e trabalhar dentro da lei, emitindo a nota fiscal corretamente, se adequando às novas regras estabelecidas pela Lei Geral de Proteção de Da-



Descobrir onde o público da empresa se encontra no meio digital, é essencial para que não se desperdice tempo e recursos

dos (LGPD), seguindo o Código de Defesa do Consumidor, entre outras ações.

“Um cuidado muito importante é que se a empresa ou comércio vende online, é preciso estar assegurado com serviços de antifraude e clonagem de cartões. Apesar da tecnologia estar bem avançada nesse ponto, ainda assim é algo que ocorre com frequência e isso pode prejudicar demais os negó-

cios”, conta o publicitário.

Ele acrescenta que o principal ponto é não desistir, pois assim como em uma loja física, há o período de maturação da marca, de trabalho intenso e também o tempo para que a empresa comece a gerar lucro. “O importante é definir as metas corretas e contratar os profissionais qualificados para que caminhem rumo a este objetivo”, finaliza Oliveira.

Empreendedor deve estar atento em 2021 para mudanças no consumo



O delivery de produtos foi uma das várias mudanças que o empresário precisou adotar, e que provavelmente irão permanecer nos negócios

Mesmo com a vacinação e o retorno gradual das atividades, muitas mudanças continuarão a ocorrer por conta da quarentena e da COVID-19, principalmente nos relacionamentos, nas maneiras de se lidar com o público e nas formas de se empreender. Algumas alterações destes comportamentos já eram observadas antes da pandemia, porém houve uma aceleração destas transformações.

O período de isolamento trouxe uma nova visão sobre o modo de compra das pessoas e ainda é cedo para saber realmente como serão os próximos anos, porém já existem algumas mudanças que o empreendedor deve estar atento para

poder adaptar e gerir o seu negócio da melhor maneira possível.

Transparência

O consumidor não se contenta mais em apenas adquirir o produto final ou um serviço. Muito além da qualidade, ele também anseia por saber todo o processo daquilo que é feito, os posicionamentos da marca e suas visões, aquilo que acredita, e o modo como se relaciona com colaboradores e parceiros.

Tudo isso é para criar um laço de confiança com a empresa, para que o público sinta que está apoiando algo que compartilha de seus valores e crenças. Por isso promover o diálogo honesto com o consumi-

dor, sem ruídos ou meias palavras, pode estreitar este relacionamento e criar uma fidelidade com a marca, e as empresas que não se adaptarem a isso podem ficar para trás.

Redes sociais e compras online

As redes sociais mostraram mais do que nunca a influência que possuem no cotidiano das pessoas. Instagram, Facebook e WhatsApp foram criados com a ideia de aproximar as pessoas, e durante a quarentena tomaram-se uma grande ferramenta de diálogo e venda entre empresas e clientes.

Estabelecimentos que não possuíam qualquer interação digital viram-se obrigados a rapidamente se adaptarem, e esta preferência dos consumidores pelo online é algo que deve se tornar cada vez mais forte. Poder tirar dúvidas, realizar compras e resolver problemas através de uma rede social ou plataforma própria da loja tem sido a preferência do público, devido à praticidade e agilidade de se fazer isso do conforto de suas casas.

Porém, é preciso estar atento para que esta experiência à distância seja algo mais acessível e mais prático para o consumidor. Por is-

so, é importante manter uma equipe preparada para que esta comunicação seja feita de forma clara e rápida, preparando um catálogo digital, opções de pagamento (o Pix é uma nova alternativa neste sentido), entre outras adaptações para o meio digital.

Delivery

Assim como as compras e atendimento online, o delivery de produtos e alimentos está sendo cada vez mais requisitado. E para que isto seja feito de forma eficiente, não basta que uma empresa esteja presente em aplicativos ou com entrega própria, mas que também esteja preparada para oferecer este tipo de serviço.

É preciso organizar o negócio para que a entrega seja satisfatória, utilizando a embalagem correta de transporte para garantir a integridade da mercadoria, prezar para que o tempo de entrega proposto seja cumprido, que os valores de frete sejam condizentes com o mercado ou ter mais de uma opção de transporte, entre outras situações devem ser pensadas e moldadas para se adequarem aos processos da empresa e também no perfil do cliente.

Experiência compartilhada

Uma das coisas que tem caído ao gosto do consumidor é o compartilhamento de produtos ou serviços. Se antes o sentimento era o de “posse”, e assim a preferência era a de adquirir um produto, a pandemia e as incertezas que ela trouxe despertaram no público a ideia de “para que pagar mais caro e comprar se posso economizar e alugar?”.

Desta maneira, a procura por serviços e produtos para aluguel tem crescido cada vez mais. Locadoras de veículos, ferramentas, salas de *coworking*, entre outros, são algumas das buscas que possibilitam ao público usufruir da qualidade de um serviço sem necessariamente ter que adquiri-lo, o que pode ser um nicho de negócios interessante para ser explorado.

Por fim, por mais que algumas destas mudanças possam não se consolidar, outras irão surgir. Isso mostra ao empreendedor é que, acima de tudo, o que determina se ele se mantém ou não relevante no mercado é a sua rápida capacidade de se adaptar às novas realidades, moldando o seu empreendimento de acordo com as tendências e transformações da sociedade.

Pré-venda: o que é e como criar uma campanha

DIVULGAÇÃO



Uma das ações para o sucesso de uma pré-venda é a de instigar a curiosidade através de influenciadores digitais

Com o desenvolvimento de novas formas de pagamento e a aproximação das marcas com o consumidor, é possível observar um aumento nas pré-vendas e lançamentos de um produto ou serviço. Segundo a especialista em compras estratégicas e co-fundadora do Grupo Vitrine, Andreza Leite, este tipo de campanha é caracterizado pela disponibilidade de algo em primeira mão a um grupo seletivo de clientes, que pode ser compreendido de duas maneiras.

“A primeira é como venda experimental de uma quantidade limitada de produtos a um grupo de clientes, a fim de introduzir

ou não posteriormente o produto a um grupo maior de consumidores. E o segundo caso, pode ser compreendido como um pré-lançamento para clientes ‘vips’ de uma loja, com a finalidade de priorizar para este grupo a escolha em primeira mão de uma nova coleção ou categoria de produtos”, explica a especialista.

Como estruturar a pré-venda

Para que este tipo de campanha tenha um efeito ainda maior, Andreza recomenda que o pré-lançamento seja muito bem estruturado, criando uma expectativa e vontade de compra no cliente. “É imprescindível

um bom planejamento e divulgação ampla, principalmente nos canais on-line de relacionamento, como redes sociais e de comunicação direta como WhatsApp, SMS, Telegram e outros meios”, conta.

Outra estratégia para uma campanha bem sucedida, é promover uma antecipação do que está por vir com a construção de um *storytelling*, com 10 ou 15 dias de antecedência ao seu lançamento oficial para um grupo seletivo de consumidores, despertando a curiosidade. Isto deve ser feito através da criação de conteúdos específicos, como lives com convidados que tenham

ligação com o novo lançamento ou até uma contagem regressiva.

“Além disso, é preciso deixar claro os termos desta campanha, como dias e horários de abertura das vendas e o seu término. Dois gatilhos mentais essenciais neste caso são o da exclusividade e escassez. Exclusividade por ser aberta a um grupo pequeno de clientes, e a escassez pelo tempo ou quantidade disponível”, acrescenta a co-fundadora do Grupo Vitrine.

Aproveitamento da campanha

Muito além do que apenas vender um produto antecipadamente, a pré-venda ou lançamento tem o objetivo de testar determinado tipo de produto ou linha no mercado. Empresas que desejam expandir o seu portfólio ou explorar novos nichos, mas não têm certeza se ele será bem aceito ou não, utilizam a campanha como termômetro para continuar investindo ou abandonar a ideia, o que gera uma economia de caixa e diminui drasticamente os riscos de encaixe no estoque.

“Outra importante utilidade é o estreitamento com clientes mais fiéis. Este é o responsável

por uma fatia expressiva do faturamento mensal de uma empresa, e quando se abre uma pré-venda para este consumidor, ocorre a aproximação no relacionamento e fidelização”, conta Andreza. Ela aponta que para alcançar o sucesso, é essencial que haja planejamento, assim como manter um pós venda eficiente.

Cuidados

Existem algumas ações que o empreendedor pode antecipar para evitar problemas, como ter uma comunicação clara, reforçar as regras e condições da compra, o que auxilia a extrair o máximo de uma pré-venda. “Uma loja jamais deve usar de informações falsas para se promover. Nunca diga que o estoque é limitado quando não é, que é para poucos clientes quando se convida a base inteira ou estipular prazo para compra e não cumprir”, adverte Andreza.

Ela finaliza dando a dica de que a integridade é a palavra que deve nortear qualquer tipo de campanha, seja ela uma pré-venda, uma promoção com desconto ou qualquer outra que se queira despertar a atenção e o desejo do cliente.

ME e EPP podem fazer inscrições gratuitas para Programa ALI do Sebrae

O Programa Brasil Mais é uma iniciativa que visa aumentar a produtividade e competitividade das empresas brasileiras, com a promoção de melhorias rápidas, de baixo custo e de alto impacto por meio de um acompanhamento contínuo e consultorias especializadas. O novo ciclo do Programa ALI (Agentes Locais de Inovação) terá início no dia 08 de março, com inscrições disponíveis para as micro e pequenas empresas (ME e EPP).

O ALI é um programa de acompanhamento personalizado que é realizado pelo Sebrae em parceria com Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ).

Como funciona?

Com o objetivo de aumentar a produtividade do pequeno negócio por meio do controle dos

indicadores de desempenho da empresa, a nova metodologia do Programa ALI foi estruturada para que qualquer empresa possa gerar inovações bem-sucedidas de maneira sistemática.

Esta metodologia está baseada nos estudos mais avançados e atuais de inovação, utilizando conceitos e ferramentas que são aplicados por grandes empresas inovadoras. Com o novo programa, a empresa poderá validar projetos de inovação com potenciais clientes, escalar o negócio e dessa forma, reduzir os riscos inerentes à inovação.

Um agente especialista com foco em melhorar a inovação e produtividade dos pequenos negócios irá realizar o acompanhamento da empresa participante e, junto com o proprietário do negócio, construir e propor um plano de ação com o

objetivo de reduzir custos e aumentar o faturamento.

O acompanhamento é gratuito, realizado durante um período de quatro meses e contará com encontros online

e/ou na empresa.

Inscrições

Para participar, a empresa precisa estar enquadrada como ME (microempresa) ou EPP

(empresa de pequeno porte). As inscrições podem ser feitas através do site www.acillimeira.com.br/agenda. Na sequência, a equipe do Sebrae entrará em contato. As vagas são limitadas.

DIVULGAÇÃO



O Programa ALI oferece um acompanhamento personalizado para o empresário, destacando pontos fortes e de melhoria para os negócios

Empresas precisam disponibilizar informe de rendimentos até dia 26



DIVULGAÇÃO

Constam no informe os valores recebidos pelo contribuinte no ano anterior à declaração do IR, o quanto de imposto foi retido na fonte e o valor contribuído ao INSS

As empresas têm até o dia 26 de fevereiro para entregar aos funcionários o informe de rendimentos referentes ao ano de 2020. As informações são necessárias para o preenchimento da declaração de Imposto de Renda de 2021.

Eles podem ser enviados por e-mail ou disponibilizados para consulta pela internet ou aplicativo.

As instituições financeiras também devem disponibilizar o informe aos clientes. Quem

tem conta-corrente ou investimentos em mais de um banco ou corretora deve obter os documentos de todas as instituições em que mantém recursos.

Se a empresa ou instituição financeira não entregar a documentação dentro do prazo, pode ser acionada pela Receita Federal. O informe é utilizado pelo Fisco para cruzar informações e identificar possíveis irregularidades.

Constam no informe os valores recebidos pelo contri-

buinte no ano anterior à declaração do IR, o quanto de imposto foi retido na fonte e o valor contribuído ao INSS. Ainda podem aparecer os gastos com plano de saúde coletivo e aportes no plano previdenciário da empresa.

No caso das instituições financeiras, o informe traz dados sobre a conta corrente ou poupança, aposentadoria privada e investimentos.

Fonte: Diário do Comércio

Quanto custa um funcionário para o MEI e como contratar

Uma das vantagens concedidas ao Microempreendedor Individual (MEI) é a possibilidade de contratar formalmente um funcionário. A legislação brasileira assegura este direito ao empreendedor que se consolidou neste modelo de regime empresarial, mediante o pagamento de um salário mínimo vigente mensal ou o piso da categoria deste colaborador.

Entretanto, é necessário destacar que, mesmo diante da contratação de um funcionário, não há nenhuma alteração no limite de faturamento bruto anual do MEI, que continua sendo de R\$ 81 mil, um dos requisitos para se enquadrar e se manter neste regime.

Contratação de funcionário

Como mencionado, o pagamento do funcionário contratado pelo MEI deve ser no valor de um salário mínimo vigente (R\$ 1.100,00), ou o

piso da categoria para a qual o funcionário exerce a função.

Desta forma, antes de oficializar a contratação, é necessário estabelecer o modelo da remuneração, lembrando que o custo total deste procedimento é de 11% sobre o salário que será pago, sendo: **a)** encargo previdenciário de 3% que é de responsabilidade do empregador; **b)** depósito do FGTS, que será calculado à alíquota de 8% sobre o salário do empregado.

Como oficializar a contratação

Após estabelecer qual será o salário pago ao funcionário e feito o processo seletivo para escolher o trabalhador que melhor se enquadra no cargo, o MEI deve solicitar alguns documentos do colaborador para formalizar a contratação mediante a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). São eles:

- Carteira de identidade;
- CPF;
- Cartão PIS (Programa de Integração Social);
- Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS);
- Certificado militar (para maiores de 18 anos);
- Certidão de nascimento e casamento;
- Declaração de dependentes (caso existam) para o Imposto de Renda;
- Atestado médico (admissão);
- Declaração de rejeição ou de requisição do vale-transporte.

Com todos os documentos em mãos, o empresário precisa elaborar o contrato de trabalho e registrar na CTPS a data de admissão, remuneração e condições especiais da contratação e do trabalho, se houver.

Em seguida, é necessário preencher a guia do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), viabilizando o recolhimento mensal e a en-

Sua empresa precisa desse benefício!

Banner do Site E-mail Marketing

com 50% de desconto!

Exclusivo para associados

E-mail Marketing de R\$480,00 por **R\$240,00**

Informações:
 ✉ comunica@acillmeira.com.br
 ☎ 19 3404.4900

ACIL

O MEI tem a opção de registrar um colaborador, mediante o pagamento de um salário mínimo mensal ou de base da categoria de trabalho

trega das informações à Previdência Social (GFIP).

Válido ressaltar que os dados do colaborador contratado também precisam ser registrados no Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas (eSocial),

bem como no Programa de Integração Social (PIS). A recomendação é que qualquer dúvida que um MEI tenha sobre a contratação de um colaborador, pode ser sanada por um profissional contábil.

Fonte: Jornal Contábil