

Elói Cardoso de Melo (da empresa Auto Minas Brasil) é eleito empresário do ano



Elói Cardoso de Melo

O empresário campobelense Elói Cardoso de Melo, da empresa Auto Minas Brasil, foi eleito pela diretoria da Associação Comercial e Empresarial de Campo Belo (ACE) o empresário do ano, e vai receber o Prêmio Mérito Empresarial no dia 12 de Novembro (Sábado) às 19h00, no Actual Convention Hotel em Contagem.

A solenidade "Mérito Empresarial" é promovida, anualmente, pela Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado de Minas Gerais (Federaminas). Neste ano de 2016 serão homenageados mais de 100 dirigentes de empresas, indicados pelas Associações Comerciais Mineiras, por se destacarem na vida empresarial, no associativismo e na comunidade.

Elói tem 58 anos, é filho de Antônio Rodrigues de Melo e Ione Cardoso de Melo,

casado com Eliana Aparecida Rogana de Melo e tem dois filhos Elói Cardoso de Melo Júnior e Gustavo Rogana de Melo. Elói também é avô de João Victor Cardoso Rogana de Melo. Natural de Campo Belo, começou a trabalhar com 14 anos com seu pai na Empresa Auto Minas Brasil e permanece até hoje. São 44 anos de dedicação e de bons serviços prestados nessa empresa familiar. Mesmo com pouca idade, seu pai deu-lhe poderes de decisão nos negócios da empresa provocando no nosso homenageado um gosto muito grande pelo trabalho, com isso, ele permaneceu toda sua vida no município de Campo Belo trabalhando.

A Auto Minas Brasil iniciou-se, no ano de 1958, um projeto empresarial, ambicioso e dinâmico para a época, com o objetivo social de comércio de peças- retifica de motores em geral- concessionária Mercedes Benz e representação da Shell do Brasil, em prédio próprio, numa área de 350 m², na Praça Antônio Rodrigues de Melo no 139, na cidade de Campo Belo-MG. Atualmente instalada numa área coberta de mais de 6.500 m², com um moderno parque industrial, máquinas e equipamentos de última geração, mais de 40 funcionários treinados e especializados para atender a demanda de retifica de motores (leves e pesados), dentro dos melhores padrões exigidos pelos fabricantes e institutos de normas de qualidade, contudo, sem impactar o meio ambiente (licenciada pelos órgãos ambientais), além é claro, de ser membro da APAREM- Associação Paulista de Retifica de motores, cobrindo as nossas garantias em todo território nacional, consolidando-se, daí, o lema: "mais de 58 anos de bons serviços e tecnologia".

A Auto Minas Brasil se orgulha em fazer

parte da história do sudoeste mineiro. Há 58 anos, a empresa tem participado ativamente do desenvolvimento do nosso país, gerando empregos, investindo em qualidade e tecnologia. Os serviços são uma referência de modernidade, sofisticação e segurança. Não há na região quem não tenha ouvido comentários positivos sobre a empresa. Afinal, não é por acaso que um empreendimento se mantém sólido por tão longo período, apesar das sucessivas crises que o país vem atravessando. A empresa tem o cliente como o centro de suas atenções. O objetivo da Auto Minas Brasil é atingir a expectativa dos clientes relacionada à tecnologia utilizada e confiabilidade de seus produtos e serviços.

Elói também atuou como voluntário em diversas entidades, na Associação Comercial ingressou na diretoria no ano de 1994 e foi presidente no período de 2004 a 2008. Como presidente realizou diversos projetos relevantes para a economia do município. Esteve como membro na diretoria da ACE até o ano de 2014. Também é membro efetivo da irmandade do Hospital da Santa Casa de Misericórdia São Vicente de Paulo e também atuou como presidente do Conselho Fiscal da Santa Casa, onde teve também a oportunidade de realizar relevantes serviços de transformação naquele hospital.

Segundo palavras do nosso homenageado: "Me sinto muito agradecido e orgulhoso de ter tido oportunidade de participar destas obras sociais", afirmou Elói.

**A ACE PARABENIZA O
EMPRESÁRIO ELÓI E DESEJA
AINDA MAIS SUCESSO A
EMPRESA AUTO MINAS BRASIL
E A TODA EQUIPE!!!**

EXPEDIENTE**Notícias Empresariais de Campo Belo**

Associação Comercial e Empresarial de Campo Belo
Avenida Barão do Rio Branco, 143 - 2º andar
Caixa Postal, 515
Campo Belo - M.G / 37270-000
Telefax: (35) 3831-2674
E-mail: geral@acecb-mg.com.br
Homepage: www.acecb-mg.com.br

DIRETORIA:**Presidente:**

Tiago Correa dos Reis

Primeiro Vice-presidente

Márcio José da Costa

Segundo Vice-presidente

Geraldo Magela Santos

Primeiro Diretor Financeiro:

Tarlei de Castro

Segundo Diretor Financeiro:

Paulo Onofre Ferreira

Primeiro Secretário:

Carlos Renato Aparecido Alves

Segundo Secretário:

Ari Paula Amante

Diretor:

Osmar Martins Porto

Conselho Fiscal:

Sebastião Almeida Parreira

Conselho Fiscal:

José Geraldo Fernandes

Conselho Fiscal:

Wilton Alvarenga

Suplente Conselho Fiscal:

Ghiulliano Moreira Baliza

Suplente Conselho Fiscal:

Christian Albernaz Pimenta

Suplente Conselho Fiscal:

Adailton Nascimento

Coordenação, edição e redação:

Thais Alves Ferreira

Digitação, Editoração e Diagramação:

Arrakilária Martins

Milton Inácio

(9 9897-0412)

Impressão:

Minas Gráfica: (35) 3832-5638

ESTATÍSTICA SCPC

SCPC	4.833
SCPC Cheque	466
SCPC Integrada	2.018
SCPC Completo	28
Relatório Simplificado	300
SCPC Relatório Imobiliário	31
Certocred	459
SCPC Net PF	22
SCPC Net PJ	52
SCPC Síntese PF	06
SCPC Fone	04
Inclusão	669
Exclusão	628

Período analisado: 20/08 a 20/10/2016**As 05 empresas que mais consultaram o SCPC**

- * Casa Lêdo
- * Mil Koizas
- * Comercial Adenil
- * Lajes CBL
- * Ki-Flor

Dicas para aumentar suas vendas de Natal

É mais uma vez fim de ano! Embora ainda existam algumas semanas até o Natal, os proprietários das empresas (e especialmente, os do setor de varejo) precisam dar uma atenção especial para os meses que antecedem as vendas natalinas. É possível que você leve algumas idéias ao longo de todo ano que vem, mas você precisa garantir que seu negócio se destaque dos outros comércios.

A temporada de vendas focadas no fim do ano começa, geralmente, em novembro. É caracterizada por inúmeras ações que os empresários realizam para melhorar e aumentar suas vendas, além de mostrar alguma forma de recompensa pela lealdade de clientes antigos. Há uma série de dicas que você pode seguir para atingir esses objetivos:

Cartões de natal e calendários natalinos

O envio de um cartão de Natal é uma oportunidade perfeita para fortalecer relacionamento com clientes. Você irá ter um gasto extra em seu orçamento para isso, mas, ao fazê-lo, você estará investindo em uma perspectiva a longo prazo. Pense nisso como uma campanha de marketing, que pode garantir que seus clientes mais fiéis se sintam valorizados e que os clientes que passaram apenas uma vez pelo seu negócios sintam-se encorajados a voltar à sua loja.

Se você quiser enviar cartões de Natal, é claro que você precisa do endereço dos seus clientes e, se possível, saber quem é um cliente mais fiel ou não. Caso você não tenha esses dados, comece a fazer um banco de dados com seus clientes. Peça para que eles preencham um pequeno formulário quando visitarem sua loja, assim você estará criando uma rede de endereçamento, importante para ações de marketing. Em seguida, você pode classificar os melhores clientes e enviar para eles cupons de desconto para incentivar que eles continuem comprando com você.

Algumas dicas para seu cartão de Natal

- * Mantenha sua mensagem corporativa no projeto;
- * Não basta apenas usar um simples "Feliz Natal e um próspero ano novo". Você deve adaptar o cartão, máximo possível, para cada cliente, individualizando a mensagem. Por exemplo, digitar um pequeno poema ou um

resumo do ano que passaram juntos. Isso cria uma proximidade e permite que você se destaque dos outros cartões de Natal que seus clientes possivelmente irão receber. A internet também pode oferecer inspiração, existem muitos sites onde você pode criar seus próprios cartões e personalizá-los.;

* Enderece seu cartão pelo nome do seu cliente;

* Envie suas ações a tempo, pelo menos de 7 a 10 dias antes da véspera de Natal. (Isso dá a chance dos clientes aparecerem na sua loja antes do dia 24 de Dezembro para comprar alguma coisa).

Apesar das infinitas possibilidades de customização, cartões de Natal ainda são uma prática comum quando se trata de fidelidade do cliente. Se você quer se destacar ainda mais, fazer um calendário natalino é uma maneira inusitada e diferente de fazer seus clientes felizes. Por exemplo, você pode enviar um calendário natalino personalizado com logo e slogan da sua marca. Lembre-se de enviá-lo no máximo até o final de Novembro, para que faça sentido os seus clientes usá-lo, contando os dias até o natal. Uma ideia ainda mais original é colocar algumas ofertas em cada dia até o Natal. Assim o cliente fica sabendo de novidades diárias da sua loja que você programou especialmente para o mês de Dezembro.

Atividades, diversão e emoção

Para atrair novos clientes, você deve fornecer incentivos para garantir que eles entrem em sua loja e, mais importante, que eles voltem algum dia. Natal é o momento ideal para implementar uma estratégia criativa para impulsionar os negócios, não só durante a temporada, mas no ano seguinte. Invista na decoração natalina da sua loja, uma árvore bem decorada onde você pode pendurar pequenos presentes e envelopes que seus clientes podem levar depois das compras como brinde. Em um cabeleireiro, por exemplo, você poderia oferecer um desconto nos cortes de cabelo em janeiro e ano novo, especificando esse tempo. Outra ideia é mudar o ambiente online de sua loja. Troque as capas das suas redes sociais para temas natalinos (sempre seguindo o seu padrão de design) e mude algumas coisas no seu site também.

Conclusão: nunca é cedo demais para começar a pensar no Natal

Quando se trata de compras de Natal, o planejamento nunca pode começar tarde demais. É preciso tempo e consideração para conduzir uma estratégia bem sucedida que sustente suas vendas que antecedem o Natal. Eventos, concursos e cupons de desconto são oportunidades maravilhosas para atrair novos clientes. Cartões de Natal, presentes e calendários também são ótimos para recompensar os clientes pela sua lealdade. Boas vendas de fim de ano!

ACE realizou entrevista com os três candidatos a prefeitos



12/09 - Candidato a Prefeito Dr. Alisson



13/09 - Candidato a Prefeito Wanderly



14/09 - Candidato a Prefeito Toinzinho

A Associação Comercial e Empresarial de Campo Belo realizou nos dias 12 a 14/09 às 09h00 na sede social da entidade uma entrevista com os três candidatos a Prefeitos. A ordem das entrevistas foram definidas através de sorteio com os assessores de cada candidato. A ACE divulgou o áudio das entrevistas no Youtube e também no facebook.

Associação Comercial e Empresarial de Campo Belo participa das comemorações da Semana da Pátria



A ACE Campo Belo participou das comemorações da semana da pátria no dia 06/09(Domingo) na Praça dos Expedicionários às 08h00. Diversas autoridades estavam presentes no evento, representando a ACE estava presente o diretor Sebastião Almeida Parreira, na qual, realizou um discurso em comemoração a Semana da Pátria.

O dia sete de setembro, dia em que é comemorada a independência do Brasil, acontece o tradicional desfile da Independência com a participação das escolas municipais e estaduais, do Tiro de Guerra e dos pracinhas.

A festividade acontece todo ano na Praça dos Expedicionários a partir das 08h00 e depois segue para a Praça Cônego Ulisses onde acontece o desfile.

JORNAL DA ACE ANUNCIE AQUI!



Consulte-nos agora mesmo, ou você vai esperar a concorrência fazer?
Tel.: (35) 3831-2674

MUSICAL ELETRO

O Shopping do Músico

ME
 Telefax: (35) 3831-1459 / www.musicaleleetro.com.br
 AV: Afonso Pena n°288 Centro - Campo Belo, MG.
 Email: vendasmusicaleleetro@hotmail.com

Audio, instrumentos e iluminação.

As melhores condições de pagamento você só encontra aqui!
 Tudo para Igrejas, clubes, residencias fanfarras e comercio em geral.
 Faça seu orçamento com segurança - (35) 3831-1459

FONE: 35-3831-1660

RODOVIA BR 354 - KM 563, S/N°
 BAIRRO TREVO - CAMPO BELO/MG
 CEP.37270-000

WWW.FRIODINAL.COM.BR
 E-mail : friodinal@friodinal.com.br

10 dicas para melhorar o fluxo de caixa da sua empresa



Usando uma metáfora adequada para um ano de Olimpíadas, tentar tocar uma empresa sem gerenciamento de fluxo de caixa é como tentar remar numa canoa sem remo durante a competição. Mesmo que você consiga, ficará cansado e provavelmente não conquistará a medalha de ouro. Oferecemos a seguir 10 dicas para melhorar o controle do fluxo de caixa de sua empresa:

1 - Estabeleça metas de fluxo de caixa. Uma boa maneira de controlar o fluxo de caixa é preparar e manter uma previsão e atualizá-la, por exemplo, semanalmente, a fim de obter uma visão acurada para os próximos seis ou 12 meses.

2 - Antecipe necessidades futuras. Não há nada mais desesperador do que procurar dinheiro quando você precisa muito dele. Faça bom uso de seu capital de giro e procure ter sempre um pouco de reserva para caso precise utilizar, evitando assim a captação de recursos imediatos (cheque

especial, desconto de títulos, empréstimos, etc.)

3 - Mantenha sempre os registros de entradas e saídas acurados e atualizados, pois eles são essenciais para entender a capacidade financeira de sua empresa. Realize a baixa de títulos a pagar e a receber, bem como a sua conciliação.

4 - Foque no fluxo de caixa e não no lucro. Uma razão comum para o fracasso empresarial é que a maioria das PMEs não possui um plano de fluxo de caixa desde o seu primeiro dia, apesar de fazerem previsões de margens de lucro. Para sobreviverem e serem rentáveis, no entanto, as empresas precisam ter um bom fluxo de caixa.

5 - Estabeleça condições de pagamento claras desde o início. Se você não faz isso, fica difícil saber quando irá receber, ou se um pagamento está em atraso, e, portanto, isso irá impactar suas previsões e, consequentemente, o seu gerenciamento de fluxo.

6 - Emita faturas rapidamente. Alguns fatores que influenciam o fluxo de caixa estão nas mãos da própria empresa, inclusive quanto à rotina de faturamento. Quanto mais rápido o faturamento e sua negociação, mais rápido os recursos entrarão no caixa da empresa, diminuindo assim o tempo médio de recebimento.

7 - Tente trabalhar com o capital dos seus fornecedores. Negocie prazos mais longos e recebimentos mais curtos. Isso favorecerá o seu

ciclo operacional, pois o capital de terceiros financiará a sua operação.

8 - Analise seu fluxo de caixa e fique atento aos eventos sazonais. Muitas empresas passam por ciclos de alta e baixa.

Varejistas do setor de roupas, por exemplo, normalmente têm seus melhores meses em dezembro, enquanto fornecedores de livros escolares e uniformes vendem bem no início do ano escolar.

9 - Numa análise de fluxo de caixa pode-se destacar os ciclos em seu negócio.

Esta informação pode ser usada de várias maneiras, por exemplo, para organizar a quantidade certa de pessoal, monitorar seu endividamento, ou melhorar sua estratégia de comunicação.

10 - Use tecnologia para gerenciar o fluxo de caixa. Todas as dicas anteriores serão realizadas de forma muito mais prática e eficaz, uma vez que seu fluxo de caixa esteja integrado a um sistema de gestão (ERP).

Um ERP, principalmente se ele estiver baseado em nuvem, aliado a boas práticas por processos, proporciona eficiência operacional, permitindo-lhe trabalhar de forma mais eficaz, poupando tempo, e mantendo um melhor acompanhamento do fluxo de caixa do seu negócio, através do laptop, tablet ou celular.

Fonte: www.administradores.com.br

Inadimplência do consumidor cresce 4,7% em setembro



A inadimplência do consumidor obteve alta de 4,7% em setembro de acordo com dados nacionais da Boa Vista SCPC, descontados efeitos sazonais. No entanto, no acumulado em 12 meses (entre outubro de 2015 e setembro de 2016 contra os 12 meses antecedentes) a inadimplência desacelerou 0,4 p.p. no mês, subindo 1,8% no período. Na avaliação contra o mesmo mês do ano anterior, setembro apresentou queda de 3,4%, enquanto no acumulado do ano houve alta de 0,5% frente ao mesmo período do ano anterior.

Regionalmente, na análise acumulada em 12 meses, a maior elevação ocorreu no Norte (4,7%), seguida das regiões Nordeste (3,2%), Centro-Oeste (3,1%) e Sudeste (1,6%). Já a região Sul obteve queda de 1,0%. A cautela do consumidor, a fraca atividade

econômica e a respectiva diminuição do endividamento das famílias têm agido de modo a compensar os fatores macroeconômicos que pressionam negativamente o orçamento das famílias, tais como como inflação em patamares elevados, aumento do desemprego e diminuição da renda. Desta forma, o fluxo de inadimplência permaneceu praticamente estável ao longo de 2016, perspectiva que deverá ser mantida até meados de 2017.

Metodologia

O indicador de registro de inadimplência é elaborado a partir da quantidade de novos registros de dívidas vencidas e não pagas informados à Boa Vista pelas empresas credoras. As séries têm como ano base a média de 2011 = 100 e passam por ajuste sazonal para avaliação da variação mensal. A partir de janeiro de 2014, houve atualização dos fatores sazonais e reelaboração das séries dessazonalizadas, utilizando o filtro sazonal X-12 ARIMA, disponibilizado pelo US Census Bureau. Em virtude da Lei Estadual de São Paulo nº 15.659/2015, a partir de setembro de 2015 passou-se a usar como referência para este estado o número de cartas de notificação enviadas aos consumidores em vez dos números de débitos ativos na base do SCPC.

Fonte: *Boa Vista Serviços*

Prévia da inflação oficial tem a menor taxa para outubro desde 2009



IPCA-15 perdeu força de setembro para outubro: de 0,23% para 0,19%.

Deflação de alimentos exerceu a maior contribuição no período.

O Índice de Preços ao Consumidor - Amplo 15 (IPCA-15), considerado uma prévia da inflação oficial, perdeu força de setembro para outubro, ao passar de 0,23% para 0,19%, segundo informou o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) nesta sexta-feira (21).

Esse foi o menor IPCA-15 para os meses de outubro desde 2009, quando chegou a 0,18%.

O que mais contribuiu para que o IPCA-15 perdesse força foi o grupo de alimentação e bebidas, que teve deflação de 0,25%, acima da queda de 0,01% de setembro. O preço do leite longa vida, por exemplo, caiu 8,49% mais barato, assim como o da batata-inglesa (-13,03%), das hortaliças (-6,18%) e do feijão-carioca (-6,17%), que durante muitos meses foi considerado o grande vilão da inflação.

Na contramão, alguns alimentos impediram que a queda de preços fosse ainda maior. É o caso das carnes, cujos preços subiram 2,45% em outubro.

Entre os grupos de gastos analisados pelo IPGE, os de artigos de residência também mostraram preços mais baixos. De setembro para outubro, a variação passou de uma taxa positiva de 0,25% para uma negativa de 0,31%. O de despesas pessoais seguiu a mesma tendência e registrou deflação de 0,12%, após subir 0,6%, em setembro.

No entanto, outros grupos como os de habitação (de 0,48% para 0,6%) e transportes (-0,1% para 0,67%). O primeiro foi influenciado pelo aumento do preço do botijão de gás (3,55%) e o segundo pelo reajuste do custo das passagens aéreas (10,36%) e do etanol (3,38%), que fez com que a gasolina subisse 0,8%.

Curitiba

A capital que registrou o maior avanço de preços de setembro para outubro foi Goiânia (0,38%), influenciada pelo litro da gasolina e do etanol, que ficaram mais caros. Por outro lado, a região metropolitana de Curitiba mostrou deflação de 0,26%, sob pressão dos alimentos, que ficaram mais baratos.

Acumulado no ano

No ano, o índice acumula alta de 6,11%. No mesmo período do ano anterior, a taxa havia ficando em 8,49%. Em 12 meses, o IPCA-15 está e, 8,27%.

Em outubro do ano passado, nessa mesma base de comparação, o índice havia atingido 8,78%. Apesar de ter desacelerado, a inflação segue acima do teto da meta de 4,5% ao ano estipulada pelo Banco Central.

Previsões

A estimativa do mercado financeiro para o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) deste ano recuou estpa 7,01%, segundo boletim Focus mais recente do Banco Central.

Fonte: g1.globo.com

O Calote em Campo Belo tem dois motivos fortes:

- Quem tomou prejuízo não registra

- Quem vai tomar não consulta.

* SPC Serviço Central de Proteção ao Crédito

* SERASA EXPERIAN
Seus aliados contra a inadimplência

Tel.: (35) 3831-2674

www.acecb-mg.com.br

Como reduzir reclamações de clientes nas redes sociais



As redes sociais não são apenas utilizadas para expor experiências negativas e, com um bom atendimento, elas podem servir como uma grande fonte de marketing para a sua empresa.

Reduzir reclamações de clientes nas redes sociais pode ser um desafio e tanto. O SAC da sua empresa pode ser utilizado como uma poderosa ferramenta de marketing para seus negócios. Por outro lado, se o serviço de atendimento ao consumidor não for eficiente, ele também pode piorar e muito a imagem da companhia nas redes sociais.

Afinal, hoje em dia é muito fácil e, cada vez mais comum, os clientes exporem suas insatisfações na internet. E, quando isso acontece, rapidamente centenas de pessoas recebem uma informação ruim sobre sua marca, prejudicando os negócios.

Por isso, se o cliente está buscando o SAC da sua empresa para resolver um problema, você não pode desperdiçar essa oportunidade! E a primeira coisa que precisa verificar para garantir sua satisfação é se há sempre um funcionário disponível para atendê-lo.

Pior que não ter um SAC é ter um que não funciona. Se o cliente telefona incansavelmente e nunca encontra linhas disponíveis ou se ele envia e-mails que nunca são respondidos, certamente ficará com uma péssima impressão da sua empresa e isso se refletirá quando pensar em reduzir as reclamações de clientes nas redes sociais.

Contudo, as causas para os consumidores não serem atendidos ou ficarem insatisfeitos podem variar. Por isso, listamos a seguir os principais pontos que você deve conferir na sua empresa, a fim de que o cliente sempre consiga contato e obtenha um retorno adequado.

1) Quantidade adequada de atendentes

Certifique-se de que há o número certo de operadores de atendimento para receber todas as chamadas que ocorrem. Se o número de atendentes for inferior ao necessário, as linhas estarão ocupadas por mais tempo e os consumidores terão de esperar muito para serem atendidos.

Os e-mails também não serão respondidos em um espaço de tempo. Além disso, os profissionais ficarão sobrecarregados e atenderão aos consumidores o mais rápido possível, mas sem se preocupar em despender o tempo e a paciência necessários para um bom atendimento.

Adequar o número de operadores te ajuda a reduzir reclamações de clientes em redes sociais, pois, quando bem atendidos no SAC, não irão procurar se fazer ouvidos por outros canais.

2) Equipe eficiente, com respostas eficientes

É possível que uma quantidade extrapolada de contatos ao SAC seja consequência de maus atendimentos. Se o consumidor não recebe uma explicação satisfatória no primeiro contato, ele tornará a ligar.

Do mesmo modo, se recebeu uma orientação errada de um dos atendentes, ou se está aguardando uma resposta prometida por e-mail que nunca chega, ele tornará a entrar em contato.

E, assim, o seu SAC terá, além da demanda de consumidores novos, clientes antigos que ainda não ficaram satisfeitos, sobrecarregando as linhas e os atendentes.

É preciso garantir que o SAC esteja resolvendo todas as questões com o máximo de qualidade e rapidez, não deixando margem para que o cliente entre em contato novamente por causa do mesmo problema.

Para que isso ocorra, sua equipe precisa ser qualificada, receber treinamentos e ser monitorada, para que trabalhe com dedicação.

3) SAC organizado

A pergunta do cliente, seja via e-mail ou telefone, deve ser direcionada à pessoa que sabe respondê-la.

O que acontece, muitas vezes, é que há uma desorganização na equipe do SAC: os questionamentos são direcionados a um grupo que não sabe sanar dúvidas de tal tipo, o que pode dificultar a tarefa de

Reduzir reclamações de clientes nas redes sociais.

Enquanto isso, outro grupo, que saberia rapidamente auxiliar o consumidor, não recebe as ligações. Uma solução para isto é definir claramente os ramais de cada setor e a função de cada grupo no processo de atendimento. Também é necessário garantir que o primeiro atendente passará a demanda com eficiência para o setor correto.

4) Autoatendimento rápido e útil

As ferramentas de autoatendimento são uma ótima opção para desafogar o fluxo de ligações e e-mails, deixando o cliente satisfeito.

Há várias demandas que são simples, pontuais e se repetem, podendo facilmente ser resolvidas por esse meio. Isso garante agilidade e reduz os custos de manutenção do SAC, o que, invariavelmente, vai te ajudar a reduzir reclamações de clientes nas redes sociais.

No entanto, alguns cuidados precisam ser tomados: primeiro, o autoatendimento deve ser bem direcionado, para que o cliente ache exatamente o que procura; segundo, ainda durante o autoatendimento, é necessário que haja a opção de se falar com um atendente a qualquer instante.

5) Equipamentos de qualidade

Você pode ter o número adequado de funcionários, um ambiente bem organizado e uma equipe totalmente comprometida em atender o consumidor. Mas prejudicará o serviço se não tiver equipamentos atualizados para atender a todas as necessidades.

Um sistema de computador que trava constantemente, por exemplo, pode fazer com que um atendimento leve o dobro do tempo para ser feito.

E, enquanto isso, outro cliente está esperando.

Atente para essas dicas e otimize seu SAC para que o cliente saia sempre satisfeito! Com certeza, as redes sociais não são apenas utilizadas para expor experiências negativas e, com um bom atendimento, elas podem servir como uma grande fonte de marketing para a sua empresa.

Reduzir reclamações de clientes nas redes sociais pode ser a chave para destrancar esta fonte.

Fonte: www.administradores.com.br

Cantinho da Santa Casa



**VALORIZANDO O QUE HÁ DE MAIS PRECIOSO
"A VIDA"**

Estamos chegando ao final de mais um ano e começam-se os preparativos para as confraternizações e os enfeites de natal e o clima ficam realmente diferentes. Em muitos grupos nas redes sociais já se falam nas cartas deixadas nos correios pelas crianças necessitadas pedindo para adotá-las.

Em nossa Santa Casa também vivemos esse momento com muito entusiasmo, alegria e principalmente ajudando ao próximo. Temos um grupo brilhante que se chama AAMISC Amigas da Santa Casa. Mulheres de muita garra, força de vontade e com disposição para ajudar. A essas mulheres queremos deixar nosso abraço, agradecimento e pedimos a Deus que as protejam, rendendo-lhes graças e saúde.

A todos os irmãos da Santa Casa queremos desejar boas festas, alegrias e muita saúde. A todos os nossos doadores, sejam pessoas físicas ou jurídicas nosso Deus lhes pague. Que sejam muito felizes com seus familiares nas festas de fim de ano.

A ACE-CB nosso muito obrigado pelo espaço neste informativo e pela nossa parceria, sozinhos não somos ninguém.

Falando um pouquinho das novidades do hospital já estão em funcionamento todos os equipamentos adquiridos recentemente

* Um Aparelho de Raios X novo;

* 12 monitores multiparamétricos para o Pronto

Atendimento, Centro cirúrgico e UTI. Estes equipamentos medem os sinais vitais do paciente continuamente (ECG, temperatura; oxigenação e pressão arterial;

* Duas máquinas para a lavanderia, uma de secar e outra de centrifugar;

* Duas bombas de infusão de seringa para o berçário e centro cirúrgico;

* Quatro mesas de cirurgias elétricas que fazem todos os movimentos eletronicamente;

* Três focos cirúrgicos de LED (lâmpadas de iluminação na cirurgia)

* Dois aparelhos de anestesia, equipamento utilizado durante a cirurgia;

* Quatro carrinhos de transportes de materiais;

* Um eletroencefalograma;

* Um equipamento para teste de surdez (teste da orelhinha);

* Um equipamento BERA que é mais sofisticado na detecção de surdez em pacientes mais complexos;

* Três ventiladores pulmonares para a sala de urgência do Pronto Atendimento e também para UTI. Este equipamento faz a respiração artificial do paciente; dentre outros acessórios.

A todos os campo-belenses e a população da região nosso agradecimento, carinho e desejo de muitas festas e alegrias neste fim de ano.

Que Deus abençoe a todos!

Anataniel Reis Oliveira - Diretor Administrativo



A Forte instala o alarme monitorado em sua residência / comércio a custo zero e você só paga a mensalidade

Conheça as vantagens e a segurança que um sistema de monitoramento 24h pode lhe oferecer.



Trabalhamos também com: Cerca Elétrica, Interfones, Alarmes Convencionais, Motores para Portão e Circuito Fechado de TV - CFTV.

FORTE SEGURANÇA - uma empresa 100% campo-belense.

FAÇA UM ORÇAMENTO E VEJA COMO É BARATO PROTEGER SEU PATRIMÔNIO.

Não deixe para amanhã o que você pode proteger hoje!!!

OS MELHORES PREÇOS DA CIDADE

Orientações com o **PROCON**

PROCON JUNTO AO FORNECEDOR

Telefonia - Perguntas e respostas

1. O serviço de telefonia celular é igual à telefonia fixa?

Não, embora ambos sirvam para a comunicação, existem várias diferenças entre os sistemas. As principais são:

Preço

A ligação do telefone celular é bem mais onerosa do que a fixa. Essa diferença é aplicada em todos os serviços prestados.

Qualidade

A cobertura da telefonia fixa é mais abrangente que a telefonia celular, pois esta última apresenta alcance por vezes limitados com pontos e áreas de sombras (local, regional, estadual, etc).

Por outro lado, a telefonia celular apresenta vantagens e facilidades que a telefonia fixa não consegue contemplar como deslocamento do aparelho, uso em viagens, facilidade de contato direto, etc.

2- Qual a diferença do telefone celular pós-pago e do pré-pago?

No serviço de telefonia celular pós-pago, o consumidor assume valor mensal de assinatura, ligações efetuadas, feitas e recebidas em "roaming", acesso à caixa postal, bem como outros serviços escolhidos, sendo que, no momento da contratação poderá ser cobrada taxa de habilitação. Para utilizar o sistema pré-pago, o consumidor credita um determinado valor do qual serão debitados os serviços e as ligações efetuadas. A principal diferença entre os sistemas é o preço. Na telefonia pré-paga, a ligação é mais onerosa do que no pós-pago, entretanto, não existe a cobrança da taxa de assinatura.

3 - O que significam as siglas que aparecem nas contas telefônicas como: VC1, VC2, VC3, DSL e AD?

A codificação lançada nas contas têm os seguintes significados:

- * VC1 - ligação local, de celular para fixo;
- * VC1M - ligação local, de celular para celular;
- * VC2 - ligação interurbana fora da área de cobertura, dentro da área primária (prefixo 01);
- * VC3 - ligação interurbana fora da área de cobertura, fora da área primária;
- * DSL1 - deslocamento fora da área de

cobertura, dentro da área primária (prefixo 01);

* DSL2 - deslocamento fora da área de cobertura, fora da área primária;

* AD - adicional por chamada, taxa fixa (o valor da AD varia de acordo com a operadora visitada).

4. O que é roaming?

Roaming é uma opção de serviço que permite receber e fazer ligações em regiões fora de cobertura da operadora contratada, utilizando-se da operadora local. De uma maneira simplificada, as ligações, fora do local convencional, poderão ser recebidas ou efetuadas através de um sistema diferenciado, que se utiliza de operadoras intermediárias para o envio e recebimento dessas ligações. Por este serviço são cobradas tarifas diferenciadas, denominadas DSL deslocamento e AD - valor adicional de deslocamento, fora o valor da ligação convencional, VC1, VC2 ou VC3, o que ocasiona o lançamento em duplicidade na conta telefônica, uma vez pelas tarifas, outra pelo serviço, ocorrendo em meses e contas diferentes. O lançamento da tarifa normalmente aparece na conta seguinte, o do serviço pode demorar, em média de 60 a 120 dias.

Dependendo da região, a ligação efetuada ou recebida no sistema "roaming" aparece na conta telefônica com o nome de outra cidade, não a de origem da ligação, mais uma outra de mesmo prefixo telefônico, face à necessidade técnica da busca de sinais de antenas disponíveis. O serviço é cobrado até mesmo se as mensagens recebidas são registradas na caixa postal, acessadas ou não.

Quando o pré-pago funciona em "roaming" não existe diferenciação do preço da ligação ou cobrança de tarifas.

As operadoras devem informar ao consumidor a área de cobertura e as áreas onde opera através de "roaming".

5- As ligações feitas ou recebidas por roaming são pagas?

Sim, sempre que estiverem em "roaming" as ligações serão pagas, mesmo que caírem na caixa postal.



*Gianni Carla Ferreira Maia e Campos
Coordenadora do Procon CB*

6. O que eu faço quando tiver dúvidas sobre a cobrança?

Comunique-se com a operadora e solicite conta detalhada, que deverá ser entregue em até 48 horas. No caso de telefone celular pós-pago, poderá ser solicitado o detalhamento relativo a um período de até 90 dias. Sendo celular pré-pago, o pedido poderá ser feito mensalmente. Em ambos os casos, o detalhamento da conta deverá ser realizado gratuitamente.

Com a conta detalhada, ou não, sempre que identificar e não reconhecer ligações é direito do consumidor que esse valor seja subtraído do total da conta até a verificação, a qual deverá ser solicitada por escrito pelo titular à operadora, sendo realizada através de um processo de rastreamento das ligações. Caso a operadora entender devida a cobrança o valor será lançado na próxima fatura, portanto, no momento da solicitação, o consumidor deverá informar que deseja receber o resultado do rastreamento, e, havendo discordância, o pagamento da fatura poderá ser realizado com ressalvas e questionado judicialmente ou por um órgão de defesa do consumidor.

*Gianni Carla Ferreira Maia / Coordenadora
do Procon*

Fonte: Procon São Paulo

ESPAÇO EMPRESARIAL **SEBRAE**

Buscar alternativas de divulgação online não é uma questão de opção, mas de sobrevivência no mercado



sociais e de negócios eletrônicos sejam ainda mais utilizadas pelos consumidores.

Difícil é deixar de ser fascinado por este mercado online que cresce cada vez mais. Afinal, quem não quer “bombar” no Facebook, no Instagram e estar no topo do Google? Vale quase tudo para estar presente nas redes sociais e conquistar muitas curtidas e compartilhamentos.

Para alcançar relevância nas redes sociais é preciso ir além de fotos, mensagens e do marketing pessoal e empresarial. É necessário construir uma reputação, caminho percorrido a longo prazo.

Investir em um e-commerce ou rede social exige a definição de estratégias, objetivos, metodologia e monitoramento por meio de indicadores.

Você sabe o que quer alcançar com as suas publicações? Qual o melhor horário para postagens? Quem são os consumidores que sua empresa deseja atrair? Quais os assuntos de interesse do seu público potencial? Que indicadores serão utilizados para monitorar os resultados?

Começar respondendo algumas perguntas é uma boa alternativa para atuar de forma mais

organizada e estratégica na internet. Além disso, é preciso seguir o plano desenvolvido e ajustá-lo à medida que os resultados apontarem novas necessidades.

Nesse contexto, é importante contemplar o desenvolvimento de conteúdos digitais que sirvam de suporte para que sua empresa seja percebida como uma instituição ética, responsável e que preza a disseminação e compartilhamento do conhecimento.

Atuar com o marketing de conteúdo significa oferecer informações relevantes aos seus consumidores promovendo o interesse e engajamento dos clientes.

Antes de investir em qualquer plataforma online, monte sua estratégia e lembre-se de avaliar o mercado. Quantas pessoas estão falando sobre o assunto? Vale a pena criar mais um canal ou mostrar relevância nos canais existentes?

Participe das conversas de empresas parceiras, pesquise conteúdos em blogs e plataformas, opine e contribua. Conquiste a necessidade de ser ouvido antes mesmo de construir seu próprio canal de comunicação.

Débora de Andrade Souza - Analista do Sebrae Minas

O varejo não é mais como antes. Novas formas de comercialização surgem a cada momento e com elas novos métodos para divulgação de produtos e serviços.

Buscar alternativas para alcançar o mercado online não é somente uma questão de opção, mas de sobrevivência no mercado cada vez mais competitivo.

A pesquisa realizada pela ConsumerLab, da Ericsson, aponta o crescimento da conectividade dos brasileiros por meio do envio de mensagens instantâneas no celular. Enquanto a média global dos internautas é de 59% por semana, o Brasil alcançou o percentual de 83% no ano passado.

A tendência é que esses números cresçam e que as plataformas de mensagens, redes

Boa Vista SCPC: recuperação de crédito cai 0,2% em setembro



O indicador de recuperação de crédito obtido a partir da quantidade de exclusões dos registros de inadimplentes da base da Boa Vista SCPC apontou queda de 0,2% em setembro contra agosto, descontados os efeitos sazonais. Já nos valores acumulados em 12 meses, o indicador aponta crescimento de 0,6% (período que abrange outubro de 2015 até setembro de 2016 contra os 12 meses antecedentes). Na avaliação mensal contra setembro de 2015 houve alta de 0,5%, enquanto nos valores acumulados no ano o indicador apresenta elevação de 3,5.

Em termos regionais, na comparação em 12 meses observou-se alta em todas as regiões, com exceção da região Sudeste, que caiu 2,1%. Desta forma, ficou a seguinte configuração: Centro-Oeste (5,2%), Norte (5,1%), Nordeste (5,1%), Sul (0,7%).

Apesar da intempestividade dos indicadores de algumas regiões, a média brasileira de recuperação de crédito tem permanecido próxima à neutralidade.

Desta forma, o quadro de inadimplência na economia mantém-se estável, uma vez que o fluxo de registros de consumidores inadimplentes realizado nos últimos meses tem sido relativamente baixo.

Metodologia

O indicador de recuperação de crédito é elaborado a partir da quantidade de exclusões dos registros de dívidas vencidas e não pagas informados anteriormente à Boa Vista SCPC pelas empresas credoras. As séries têm como ano base a média de 2011 = 100 e passam por ajuste sazonal para avaliação da variação mensal.

A partir de janeiro de 2014, houve atualização dos fatores sazonais e reelaboração das séries dessazonalizadas, utilizando o filtro sazonal X-12 ARIMA, disponibilizado pelo US Census Bureau.

Fonte: Boa Vista Serviços

Calendário de Feiras e Exposições

A Associação Comercial e Empresarial de Campo Belo estará sempre divulgando as feiras, rodadas de negócio e exposições, com o intuito, de oferecer aos empresários oportunidades de realizar negócios, networking e informações relevantes para a classe empresarial.

Surgindo interesse, basta o empresário entrar em contato com a ACE Campo Belo que dependendo da demanda será organizada uma caravana para participação no evento desejado.

Segue logo abaixo programação para o Mês de Novembro e Dezembro:

FEIRA DO BEBÊ E GESTANTE

59ª Feira do Bebê e Gestante/Moda Infantil Juvenil - BH
01 a 06 de novembro de 2016

Feira/Nacional/Trimestral
Linhas de Produtos e/ou Serviços: móveis, decoração, moda bebê e gestante, kit berço, puericultura, brinquedos, laboratórios e maternidades. Com cerca de 100 expositores, será aberto(a) ao público das 10:00 às 20:00.
Local: Minascentro - Belo Horizonte - MG

SALÃO DO ARTESANATO

9º Salão do Artesanato
02 a 06 de novembro de 2016
Salão/Nacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: artesanato brasileiro, cultura popular, produtos regionais, comidas típicas, gastronomia regional e apresentações de música e dança. Com cerca de 300 expositores, será aberto(a) ao público das 11:00 às 23:00.
Local: Expobrasflia - Brasília - DF

PRONEGÓCIO

4º Preview Inverno
07 a 11 de novembro de 2016
Salão/Nacional/Trimestral
Linhas de Produtos e/ou Serviços: confecção, têxtil, vestuário, masculino, feminino, infantil, cama, mesa e banho, rodada de negócios.
Com cerca de 200 expositores, será aberto(a) somente a empresários das 08:00 às 19:00.
Local: Centro de Eventos Maria Celina Imhof - Pavilhão Fenarreco - Brusque - SC

BIJOIAS

75ª Feira Internacional de Bijuterias, Acessórios, Joias de Prata e de Aço, Folheados e Semijoias
08 a 09 de novembro de 2016
Feira/Internacional/Quadrimestral
Linhas de Produtos e/ou Serviços: bijuterias, joias de prata, joias de aço, joias folheadas, semijoias e acessórios. Com cerca de 180 expositores, será aberto(a) somente a empresários das 10:00 às 19:00.
Local: Centro de Convenções Frei Caneca - São Paulo - SP

FEIPLAR COMPOSITES & FEIPUR

9ª Feira e Congresso Internacionais de Composites, Poliuretano e Plásticos de Engenharia
08 a 10 de novembro de 2016
Feira/Internacional/Bienal
Linhas de Produtos e/ou Serviços: composites, poliuretano e plástico de engenharia. Com cerca de 320 expositores, será aberto(a) ao público das 12:00 às 21:00.
Local: Expo Center Norte - São Paulo - SP

FEIRADO POLO NAVAL RS

5ª Feira do Polo Naval do Rio Grande do Sul
08 a 10 de novembro de 2016
Feira/Internacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: cadeia produtiva naval, indústria offshore, transporte e logística e portos. Com cerca de 100 expositores, será aberto(a) ao público das 14:00 às 22:00.
Local: Shopping Partage - Rio Grande - RS

NT EXPO NEGÓCIOS NOS TRILHOS

19ª Negócios nos Trilhos
08 a 10 de novembro de 2016

Feira/Internacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: equipamentos, tecnologia e infraestrutura para transporte de carga e passageiros sobre trilhos. Com cerca de 230 expositores, será aberto(a) ao público das 13:00 às 20:00.
Local: Expo Center Norte - São Paulo - SP

ABFFRANCHISING EXPO NORDESTE

6ª Feira Internacional de Negócios de Franquias
08 a 11 de novembro de 2016
Feira/Internacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: alimentação, fornecedores, acessórios pessoais e calçados, escolas de idiomas, educação e treinamento, vestuário, hotelaria e turismo, móveis, decoração e presentes, cosméticos e perfumaria, negócios, serviços e conveniência, livrarias e papelarias. Com cerca de 200 expositores, será aberto(a) ao público das 16:00 às 22:00.
Promoção: BTS Informa
Local: Centro de Convenções de Pernambuco - Olinda - PE

FEIRA DO EMPREENDEDOR MG

7ª Feira do Empreendedor MG
08 a 12 de novembro de 2016
Feira/Estadual/Bienal
Linhas de Produtos e/ou Serviços: oficinas, palestras, consultorias, seminários, atendimentos, palestras, rodada de negócios, pitches, mentorias e expositores. Com cerca de 100 expositores, será aberto(a) ao público das 12:00 às 22:00.
Local: Expominas - Belo Horizonte - MG

AGROCAMPO

8º Agrocampo
09 a 20 de novembro de 2016
Feira/Estadual/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: agronegócio, cursos, palestras, simpósios, encontro técnico de produtores, provas equestres e leilões. Com cerca de 60 expositores, será aberto(a) ao público das 09:00 às 22:00.
Local: Parque Internacional de Exposições Francisco Feio Ribeiro - Maringá - PR

SALÃO DO AUTOMÓVEL 2016

29º Salão Internacional do Automóvel de São Paulo
10 a 20 de novembro de 2016
Salão/Internacional/Bienal
Linhas de Produtos e/ou Serviços: automóveis, pneus e rodas, combustíveis e lubrificantes, instituições financeiras, entidades e publicações. Com cerca de 84 expositores, será aberto(a) ao público das 13:00 às 22:00.
Local: Anhembi - São Paulo - SP

EXPOVALE 2016

20ª Feira Comercial, Industrial e de Serviços
11 a 20 de novembro de 2016
Feira/Nacional/Bienal
Linhas de Produtos e/ou Serviços: exposição dos setores da indústria, comércio e serviços, shows, palestras e rodadas de negócios. Com cerca de 400 expositores, será aberto(a) ao público das 14:00 às 22:00.
Local: Parque do Imigrante - Lajeado - RS

FENACAM

13ª Feira Nacional do Camarão
21 a 24 de novembro de 2016
Feira/Nacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: equipamentos, produtos e serviços para aquicultura. Com cerca de 100 expositores, será



aberto(a) ao público das 08:00 às 22:00.
Local: Centro de Eventos do Ceará - Fortaleza - CE

FEIRA BRASIL PETRÓLEO E GÁS 2016

10ª Feira Brasil Petróleo, Gás e Biocombustível
22 a 25 de novembro de 2016
Exposição/Nacional/Bienal
Linhas de Produtos e/ou Serviços: válvulas, manômetros, tubulação, automação, elétrica, tecnologia, caldearia, usinagem, ferro e aço para o seguimento de petróleo e gás. Com cerca de 300 expositores, será aberto(a) ao público das 17:00 às 22:00.
Local: Universo - Universidade - Salvador - BA

FRANCHISING FAIR

26ª Feira Nacional de Franquias
25 a 27 de novembro de 2016
Feira/Nacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: cosméticos, perfumaria, vestuário, alimentação, telefonia, beleza e estética, informática, idiomas, bijuterias, óticas, lazer e esportes, imóveis, turismo, serviços, livrarias e limpeza e manutenção. Com cerca de 80 expositores, será aberto(a) ao público das 14:00 às 21:00.
Local: Expominas - Pavilhão 01 - Belo Horizonte - MG

EXPOCATADORES 2016

7ª ExpoCatadores
28 a 30 de novembro de 2016
Feira/Internacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: seminário estratégico, feira de máquinas e equipamentos para coleta seletiva, seleção e triagem de materiais e exposição de projetos de coleta seletiva solidária. Com cerca de 55 expositores, será aberto(a) ao público das 10:00 às 20:00.
Local: Anhembi - São Paulo - SP

FNA

27ª Feira Nacional de Artesanato
05 a 11 de dezembro de 2016
Feira/Nacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: artesanato. Com cerca de 7000 expositores, será aberto(a) ao público das 14:00 às 22:00.
Local: Expominas - Belo Horizonte - MG

FIARTE

9ª Feira Internacional de Artesanato do Distrito Federal
08 a 16 de dezembro de 2016
Feira/Nacional/Semestral
Linhas de Produtos e/ou Serviços: artesanato brasileiro, cultura popular, produtos regionais, comidas típicas, gastronomia regional e apresentações de música. Com cerca de 300 expositores, será aberto(a) ao público das 14:00 às 22:00.
Promoção: Trade Promoções
Local: Centro de Convenções de Brasília - Plano Piloto - DF

FENAIUC MODA BRASIL

17ª Feira de Moda, Acessórios e Presentes
16 a 24 de dezembro de 2016
Feira/Nacional/Anual
Linhas de Produtos e/ou Serviços: moda infantil, moda maior, moda masculina, modinha, moda festa, moda fitness, acessórios, artefatos de couro, bijuterias, bolsas, calçados, perfumes, presentes, utilidades, lingerie, praça de alimentação e parque infantil. Com cerca de 300 expositores, será aberto(a) ao público das 10:00 às 22:00.
Local: Centro de Convenções de Goiânia - Goiânia - GO

DICA DO MÊS

A ACE disponibiliza aos associados consultas e negativação na base de dados da Serasa Experian. Para maiores informações pelos Tels. (35)3831-2674/3832-2503

**Novos Associados**

* MIMOS ACESSÓRIOS
* MR LINHAS

Bem vindos!!!

Motivação & Sucesso

NOVEMBRO - DEZEMBRO / 2016

Prepare-se para sair do acostamento

Todos os dias estou com clientes dos mais diversos setores da economia. Na minha atividade de consultor visito empresas quase diariamente e como antropólogo converso com as pessoas do chamado "chão de fábrica", aquelas que participam da produção, bem como com as lideranças. O que estou sentindo é que a neblina da crise está começando a baixar e as empresas, que estavam paradas no acostamento, assustadas e desesperançadas, já começam a entrar em seus veículos e começar a querer dar a partida nos motores, se preparando para uma nova arrancada.

Como sempre explico, a palavra CRISE tem origem no grego e significa "peneira, separação". Em tempos econômicos mais difíceis, a malha da peneira fica mais fina e só passa quem é realmente muito competente e bom. Daí a razão pela qual quando a crise diminui, quem passou pela peneira da crise sai melhor do que estava antes, pois se livrou de concorrentes ruins que não conseguiram passar.

A crise dá uma falta de perspectiva aos investidores e empresários. Perspectiva é

visão de distância, de longo prazo. As coisas ficam embaçadas. Vemos uma neblina pela frente e não conseguimos caminhar, exatamente por falta de perspectiva. O que sinto agora é que essa neblina começa a baixar. Novos governos, nova esperança, nova perspectiva. Cansadas da longa crise, as empresas e pessoas não vêm outra alternativa a não ser acelerar para compensar o tempo em que ficaram paradas no acostamento.

Assim, meu conselho é que você, mesmo que não acredite que a neblina da crise está baixando, se prepare para sair do acostamento. Verifique como estão seu combustível, sua bateria, o óleo do seu motor, a pressão dos pneus e esteja preparado pois todos nós sabemos que quando a neblina baixar de vez, quem estava devagar vai acelerar muito e quem estava parado no acostamento vai sair com muita velocidade. Cuidado para não ser você aquela pessoa ou empresa a ficar parada, sozinha, no acostamento.

Pense nisso. Sucesso!

Luiz Marins

ANTHROPOS MOTIVACION & SUCCESS



CARTÃO ABONO ESCOLAR

Sistema de gestão on-line, distribuição de créditos automatizada, sem custo de adesão para a empresa e sem custo para o colaborador.

16. 3713.2030
sysprocard.com.br
Rua General Carneiro, 1363 - Centro

Syspro
Card

Essencial como você!

SICOOB

Credibelo

A força da nossa união!

"TODO BRASIL EM UMA SÓ MARCA."



Aguanil • Campo Belo • Cana Verde • Candeias • Cristais

3834-1400

3831-1929

3865-1233

3833-1506

3835-1944